

2020

**Maria Margarida Sala
Simões Santos Silva**

GERIR O DESIGN: RESPONSABILIDADES, CONDUTA E DIREITOS

2020

**Maria Margarida Sala
Simões Santos Silva**

GERIR O DESIGN: RESPONSABILIDADES, CONDUTA E DIREITOS

Dissertação apresentada ao IADE - Faculdade de Design, Tecnologia e Comunicação da Universidade Europeia, para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Design Management realizada sob a orientação científica da Doutora Sara Patrícia Martins Gancho, Professora Auxiliar, IADE – Faculdade de Design, Tecnologia e Comunicação da Universidade Europeia.

Agradecimentos

Começo por agradecer aos meus pais que investiram sempre na melhor educação possível, que me apoiaram e incentivaram em todas as minhas decisões académicas. Obrigada por acreditarem em mim, espero ter estado à altura das vossas expectativas.

Não consigo expressar o quão agradecida estou à Professora Sara Ganho, que para além de ser uma excelente profissional, tem sempre um enorme cuidado e está sempre disponível para ajudar os seus alunos. Obrigada por me ter apoiado como me apoiou neste último ano.

À minha pessoa, o meu parceiro João, que embarcou comigo nesta aventura há seis anos motivando-me e acreditando sempre no meu potencial. Obrigada pelo teu apoio incondicional.

Por fim, aos meus amigos de longa data que estão sempre no meu coração, em especial à minha querida Inês que tem sido a amiga mais maravilhosa que alguma vez poderia ter imaginado.

Obrigada.

Palavras-chave

Responsabilidade; direitos; conduta profissional; design; gestão do design.

Resumo

A prática do Design tem grande influência não só na sociedade, como no ambiente, na economia e na cultura, pois concebe soluções inovadoras a problemas concretos. Ainda assim, esta ciência não é reconhecida pelo seu verdadeiro valor e potencial - tanto no sector público, como no sector privado. Da mesma forma, a Gestão do Design é também um elemento que tem um papel essencial no bom funcionamento dos projetos e de equipas. Não obstante, em Portugal não existe uma Ordem para proteção e organização dos profissionais; os elementos de Responsabilidade, Conduta e Direito por norma não estão claramente presentes nos planos de ensino; e, por vezes, a legislação não responde às necessidades dos designers. Para averiguar todas as situações mencionadas, foram realizados três momentos de recolha de dados com o intuito de compreender a perceção e vivência dos estudantes, professores e profissionais acerca do tema em questão. Quanto às Metodologias, primeiro foi realizado um Questionário *Online* (129 participantes) para recolha de dados gerais quantitativos, depois uma pesquisa qualitativa com Entrevistas Individuais (12 entrevistados) e por fim, outra pesquisa qualitativa com um *Survey* (19 respostas) para que os participantes possam validar os dados recolhidos e potenciais soluções geradas ao longo do estudo. Em suma, esta investigação tem por objetivo compreender como é que os designers devem atuar em termos de responsabilidade social, profissional, ética e ambiental, quais são as legislações que têm disponíveis para a sua proteção, quais são as condutas existentes que regulam a área e que mudanças serão necessárias efetuar no meio envolvente. Espera-se que com o estudo seja possível auxiliar o avanço da conceção de estruturas indispensáveis para o apoio dos profissionais de design, de forma a que os seus contributos atinjam maior alcance e tenham mais reconhecimento por parte da sociedade.

Keywords

Responsibility; law; professional conduct; design; design management.

Abstract

The Design practice has influence not only on society, but also on the environment, economy and culture as well, being it formulates innovative solutions for specific problems. Even so, this science is not recognized by its true value and potential – neither on the public sector, nor on the private sector. Furthermore, Design Management is also a component that has an essential role in the proper performance of the projects and teams. Nevertheless, Portugal has no Order for the protection and organization of the professionals; the Responsibility, Conduct and Law as a rule are not present in the course teaching plans; and, sometimes, the legislation does not acknowledge the designers' needs. To determine the situations mentioned, three data collecting moments were executed in order to understand the perception and experience of the students, professors and professionals about the topic in question. In regard to the Methodology, first an Online Questionnaire was conducted (129 participants) to collect general quantitative data, then a qualitative research with Individual Interviews (12 people interviewed) and lastly, another quantitative research with a Survey (19 answers) so that participants could validate all the data collected and potential solutions generated throughout the study. In essence, the investigation has the objective to comprehend how designers should act in terms of social, professional, ethical and environmental responsibility, which legislations do they have at their disposal to protect themselves, which conducts exist to regulate the field and what changes are necessary to make in this settings. It is expected that with this study it's possible to aid the advancement of the conceptualization of the necessary structures to support the Design' professionals, so that their contribution has a greater reach and has more recognition by the society.

Índice

Capítulo 1 Introdução e Identificação do Problema.....	1
1.1 Objetivos.....	2
1.2 Contexto do Problema	2
1.3 Estrutura.....	5
1.4 Estado da Arte.....	6
Capítulo 2 Revisão da Literatura	8
2.1 Introdução Geral ao Design	8
2.1.1 O Reconhecimento do Design em Portugal.....	13
2.1.2 A Gestão do Design	15
2.1.3 O Processo do Design.....	19
2.1.4 Impacto e Importância do Design.....	22
2.1.5 Conclusão à Introdução ao Design e Gestão do Design.....	28
2.2 Responsabilidades do Designer	29
2.2.1 Responsabilidade Social e Profissional	30
Profissional de Design	30
Participação na Sociedade	32
Liberdade de Expressão e Plágio	34
2.2.2 Responsabilidade Ética Profissional.....	35
2.2.3 Responsabilidade Ambiental	39
Inteligência Ecológica	41
2.2.4 Conclusão Responsabilidades do Designer	43
Ensino da Responsabilidade.....	43
2.3 Direitos do Designer	46
2.3.1 Direitos do Profissional	46
Legislação em Portugal	46
2.3.2 Atividade do Design em Portugal.....	53
Organizações Portuguesas de Design.....	55
Ordem dos Designers.....	56
2.3.4 Regulação da Profissão.....	57
Organizações de Design no Estrangeiro	58
2.3.3 Conclusão Direitos do Designer	60
2.4 Conduta no Círculo Profissional do Designer	61

Capítulo 3 Metodologia de Investigação	65
3.1 Estratégia de Investigação	65
Capítulo 4 Análise de Dados e Resultados	66
4.1 Questionário a Designers Estudantes, Professores e Profissionais	66
4.1.1 Respostas de Estudantes de Design	67
Responsabilidade no Design Português	67
Direitos no Design Português	68
4.1.2 Respostas de Professores de Design	69
Responsabilidade no Design Português	69
Direitos no Design Português	70
4.1.3 Respostas de Profissionais de Design	71
Responsabilidade no Design Português	71
Direitos no Design Português	72
4.1.4 Conclusão do Questionário	72
Comparação 10 anos	73
4.2 Entrevistas a Designers Estudantes, Professores e Profissionais	74
4.3 <i>Survey</i>	77
4.4 Conclusão da Análise de Dados e Resultados	78
Capítulo 5 Conclusões	80
Limitações	82
Recomendações futuras	83
Bibliografia	85
Anexos	98
Anexo A Dados de Cursos Realizados em Portugal (1995 – 2018)	98
Anexo B Manifesto <i>First Things First</i>	104
Anexo C Constituição Portuguesa Direitos, Liberdade e Garantias Pessoais	105
Anexo D Projecto de Resolução N.º 559/X	106
Anexo E Estrutura do Questionário	108
Anexo F Estrutura da Entrevista	121
Anexo G Estrutura do <i>Survey</i>	135

Índice de Figuras

Figura 1 Gráfico de Linhas do Número de Cursos Realizados de Design em Portugal	3
Figura 2 Histograma do Número de Cursos Realizados de Design em Portugal.....	3
Figura 4 Empresas (Individuais) Regist. com Atividade Económica de Design em Portugal.	4
Figura 3 Empresas (Sociedade) Regist. com Atividade Económica de Design em Portugal ..	4
Figura 5 Empresas (Total de Empresas Individuais e Sociedades) Registadas com Atividade de Design em Portugal.....	4
Figura 6 Estrutura da Dissertação	5
Figura 7 Diagrama do Estado da Arte da Dissertação	6
Figura 8 Organização dos Papeis da Equipa durante o Projeto	18
Figura 9 As Sete Fases do Processo Design.....	21
Figura 10 Questão do Relatório com Respostas de Portugal (Adaptado).....	25
Figura 11 Esquema de Ética Profissional.....	29
Figura 12 Pirâmide de Hierarquia de Necessidades de Maslow	37
Figura 13 Hierarquia de Necessidades no Design.....	38
Figura 14 Avaliação e Resultados do Ciclo de Vida de um Produto	42
Figura 15 Elementos de um Designer Ético.....	45
Figura 16 Sistema da Propriedade Intelectual.....	48
Figura 17 Prós e Contras dos Direitos de Autor e Outros.....	52
Figura 18 Diagrama de Investigação da Dissertação em Questão	65
Figura 19 Gráfico Questão 1, Seção 2 do Questionário (Dados Demográficos)	66
Figura 20 Gráfico Questão 4, Seção 2 do Questionário (Dados Demográficos)	67
Figura 21 Gráfico Questão 3, Seção 3 do Questionário (Responsabilidades Estudantes)	67
Figura 22 Gráfico Questão 4, Seção 3 do Questionário (Responsabilidade Estudantes).....	68
Figura 23 Gráfico Questão 1, Seção 6 do Questionário (Direitos Estudantes).....	68
Figura 25 Gráfico Questão 5, Seção 4 do Questionário (Responsabilidades Professores)....	69
Figura 26 Gráfico Questão 6, Seção 3 do Questionário (Responsabilidades Estudantes)	69
Figura 24 Gráfico Questão 3, Seção 4 do Questionário (Responsabilidades Professores)....	69
Figura 28 Gráfico Questão 4, Seção 3 do Questionário (Responsabilidades Estudantes).....	70
Figura 27 Gráfico Questão 3, Seção 4 do Questionário (Responsabilidades Professores)....	70
Figura 29 Gráfico Questão 2, Seção 7 do Questionário (Direitos Professores).....	70
Figura 31 Gráfico Questão 1, Seção 7 do Questionário (Direitos Professores).....	71
Figura 30 Gráfico Questão 1, Seção 6 do Questionário (Direitos Estudantes).....	71

Figura 32 Gráfico Questão 4, Seção 5 do Questionário (Responsabilidades Profissionais)..	71
Figura 33 Gráfico Questão 1, Seção 8 do Questionário (Direitos Profissionais).....	72
Figura 34 Gráfico Questão 2, Seção 9 do Questionário (Conclusão)	73
Figura 35 Gráfico Questão 3, Seção 9 do Questionário (Conclusão)	73
Figura 36 Gráfico Questão 8, Seção 2 da Entrevista (Dados Demográficos).....	74
Figura 37 Escala de Likert	77
Figura 38 Gráfico Questão 4 do Survey.....	78
Figura 39 Gráfico Questão 5 do Survey.....	78

Índice de Tabelas

Tabela 1 Tipos de Capacidades de Design (Adaptado)	12
Tabela 2 A Evolução Cronológica do Design Management (tradução livre)	17
Tabela 3 O Processo de Design (Adaptado)	20

Lista de abreviaturas, siglas e acrónimos

ABED | Associação Brasileira
de Empresas de Design

ADP | Associació de Dissenyadors
Professionals

AEP | Associação Empresarial de Portugal

AGDA | Australian Graphic Design
Association

AIGA | American Institute of Graphic Arts

AND | Associação Nacional de Designers

APD | Associação Portuguesa
de Designers

BEDA | Bureau of European Design
Association

BNO | Beroepsorganisatie Nederlandse
Ontwerpers

CAE | Classificação das Atividades
Económicas

CNAEF | Classificação Nacional
das Áreas de Educação e Formação

CPD | Centro Português de Design

CPP | Classificação Portuguesa
das Profissões

DGEEC | Direção-Geral de Estatísticas
da Educação e Ciência

DGS | Direção-Geração da Saúde

DIA | Design and Industries Association

ENEI | Estratégia Nacional
de Especialização Inteligente

EREI | Estratégias Regionais
de Especialização Inteligente

EUIPO | Instituto da propriedade
intelectual da União Europeia

ICEP | Instituto do Comércio Comércio
Externo de Portugal

I-COD | Internacional Council of Design

ICSID | Internacional Council Societies
of Industrial Design

IGAC | Inspeção Geral das Atividades
Culturais

INE | Instituto Nacional de Estatística

INPI | Instituto Nacional da Propriedade
Industrial

IPQ | Instituto Português da Qualidade

MDI | McKinsey Design Index

UE | União Europeia

WDO | World Design Organization

WIPO | World Intellectual Property
Organization

“O mesmo design que alimenta o consumo em excesso tem o poder de reparar o mundo.”

(Berman, 2013, p.2, tradução livre)

Capítulo 1 | Introdução e Identificação do Problema

Em 1971, de acordo com Daciano da Costa, a palavra “design” emerge na *1ª Exposição do Design Português* (Souto, 2009). O Design foi considerado uma disciplina e começou a ter cursos implementados em 1975, fazendo aproximadamente 45 anos de existência oficial da área em Portugal (Gomes, 2003). A área é uma prática interdisciplinar e está presente em vários projetos e empresas. É uma disciplina abrangente, desde o Gráfico com a percepção de uma marca, ao Design de Produto com a conceção de peças para consumo. Os vários ramos de estudo dentro do chapéu do Design, têm uma grande influência não só na sociedade, como no planeta, na medida em que está presente em tudo (Papanek, 1984). Mais, o número de designers formados e empresas está a crescer no país, de acordo com dados da Direção-Geral de Estatísticas da Educação e Ciência (DGEEC). Ainda assim, até à data, não existem regulações ou orientações de conduta da área e por consequência os seus profissionais não têm proteção ou diretriz ao exercer.

O tema em questão surgiu da observação e vivência nos primeiros anos na área académica e profissional. O sentimento de desorientação e insegurança era retratado por colegas e por profissionais conhecidos na área de Design, mostrando que o estudo ainda é pouco compreendido pelos restantes e pouco regulado com os designers em mente. Coloca-se a questão de como é que a profissão deve ser praticada, até que ponto é que o designer é responsável pelos materiais que produz e como a área deveria ser adaptada no ensino ou regulada através de um código ou Ordem.

O documento apresentado, com o título *Gerir o Design: Responsabilidades, Conduta e Direitos*, tem como foco de investigação os direitos como a legislação europeia e portuguesa, e responsabilidades sociais, profissionais, éticas e ambientais dos designers. Estes elementos, deram azo à questão de investigação: *De que forma é que o designer português deve atuar e quais são os seus direitos e proteções como profissional durante o processo criativo?*

Em suma, ainda que com grande influência, a área de Design em Portugal não está tão desenvolvida, ao invés de outras áreas estabelecidas e estruturadas como a área da Arquitetura (com Ordem dos Arquitetos desde 1998)¹ e a área Jurídica (com a Ordem dos Advogados desde

¹ Ordem dos Arquitetos. (sem data). *Sobre a Ordem dos Arquitetos*. Obtido de <https://www.arquitectos.pt/index.htm?no=101068>. Acedido em 10 de outubro de 2020.

1926)². Esta não tem uma ordem para proteção ou outro método de organização, colocando os profissionais numa posição instável. No decorrer da dissertação pretende-se investigar qual é o nível de necessidade de criar uma ordem, qual é o papel do designer (e do Gestor de Design) e quais são as mudanças necessárias no ensino e legislação em Portugal.

1.1 | Objetivos

Quanto aos objetivos gerais do estudo, esta dissertação procura aprofundar e contribuir para a investigação na área da responsabilidade do Design e a análise das leis, direitos e conduta do designer na atividade da profissão. Em termos de objetivos específicos, para além da investigação aprofundada do estado da arte, têm-se programado realizar inquéritos nacionais, entrevistas individuais a professores, investigadores e profissionais designers, de forma a quantificar e estruturar a perceção do tema aos olhos da comunidade e um *survey* que possa validar os dados recolhidos. Com esses dados será possível interpretar os problemas existentes, averiguar quais são as mudanças necessárias a serem implementadas e de que forma se pode avançar com a sensibilização das questões. Portanto, pretende-se averiguar qual é o papel do gestor de Design durante o processo criativo responsável, contribuir para o reconhecimento e importância das responsabilidades e direitos do Design em Portugal e, por último, compreender que a área é uma ferramenta estratégica importante e deverá planear meios de apoio e organização para os seus profissionais.

1.2 | Contexto do Problema

Para conseguir determinar o estado atual da área, um dos elementos principais na contextualização da investigação foi a compreensão da quantidade e velocidade de formação e registo dos designers em Portugal, para avaliar o crescimento que se regista no Design. Por essa razão analisou-se os dados referentes aos cursos de Design em Portugal desde 1995, com os códigos das Áreas de Educação e Formação: 211 (Belas-artes, mas apenas da área de Design), 213 (Audiovisuais e produção dos media) e 214 (Design)³. Dos 53 Estabelecimentos

² Ordem dos Advogados (2020). *Ordem dos Advogados celebra 94 Anos*. Obtido de <https://portal.oa.pt/ordem/historia/ordem-dos-advogados-celebra-94-anos/>. Acedido em 10 de outubro de 2020.

³ Tabela de correspondência entre as áreas da Classificação Nacional das Áreas de Educação e Formação (CNAEF) e as prioridades da Estratégia Nacional de Especialização Inteligente (ENEI) e das Estratégias Regionais de Especialização Inteligente (EREI)

de Ensino, tanto do Ensino Superior Público como Privado (Politécnico ou Universitário), registam-se 326 cursos de Design (antes e depois do Acordo de Bolonha) até ao ano 2018. De acordo com o Instituto Nacional de Estatística as atividades de Design envolvem “várias áreas de intervenção, quer no domínio da criação de projetos específicos, quer de consultoria, levando em conta as características e necessidades do utilizador, do mercado, da produção e da segurança, entre outras.”⁴

O Acordo de Bolonha teve como objetivo facilitar a mobilidade dos estudantes na Europa e dar maior coerência entre os vários cursos existentes nos 48 países europeus no domínio do ensino superior.⁵ No decorrer do Processo de Bolonha, desde 1999, determinados cursos existentes em Portugal tiveram alterações na denominação e código durante a década seguinte. Cursos de Bacharelado (B), Licenciatura (L), Bacharelado + Licenciatura (LB), Mestrado (M) e Doutoramento (D) passaram a ser denominados por Licenciatura 1º ciclo (L1), Mestrado 2º ciclo (M2) e Doutoramento 3º ciclo (D3).

Todos os dados apresentados foram retirados da DGEEC⁶ e compilados num documento (Anexo A), onde foram contabilizados 37.194 mil cursos em Portugal entre 1995 e 2018. Nos gráficos pode-se verificar um crescimento constante do número de inscritos e diplomados, mas existe uma quebra acentuada após o ano letivo 2007-2008. Esta quebra poderá ser devido à crise económica em Portugal de 2008. Para além disso, existe aumento da oferta

Gráfico de Linhas do Número de Cursos Realizados de Design em Portugal

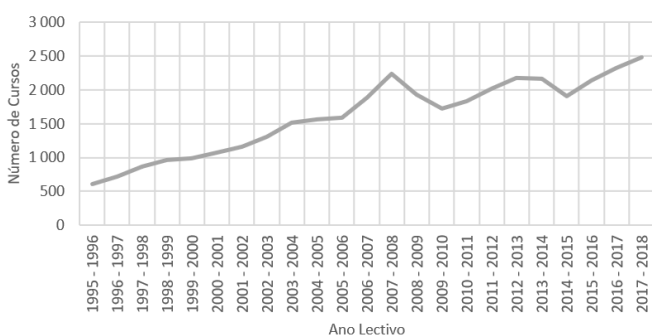


Figura 1 | Gráfico de Linhas do Número de Cursos Realizados de Design em Portugal

Histograma do Número de Cursos Realizados de Design em Portugal

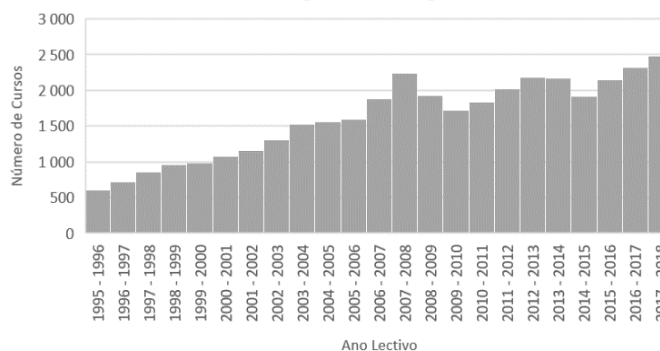


Figura 2 | Histograma do Número de Cursos Realizados de Design em Portugal

⁴ Instituto Nacional de Estatística. Obtido de <http://smi.ine.pt/Categoria/Detalhes/1455551?modal=1>. Acedido em 2 de julho de 2020.

⁵ Comissão Europeia. *O Processo de Bolonha e o Espaço Europeu do Ensino Superior*. Obtido de https://ec.europa.eu/education/policies/higher-education/bologna-process-and-european-higher-education-area_pt. Acedido em 5 de julho de 2020

⁶ DGEEC. *Inquérito ao Registo de Alunos Inscritos e Diplomados do Ensino Superior*. Obtido de <https://www.dgeec.mec.pt/np4/EstatDiplomados/>.

de cursos de Design, pré-acordo (2000 a 2008) eram 112 cursos e agora em 2018 existem 123 cursos.

Quanto ao número de profissionais registados com o CAE 74100 - Atividades de Design em Portugal foi possível, através do INE - Instituto Nacional de Estatística, recolher os dados entre 2004 e 2018.⁷



Figura 5 | Empresas (Individuais) Registadas com Atividade Económica de Design em Portugal



Figura 5 | Empresas (Sociedade) Registadas com Atividade Económica de Design em Portugal

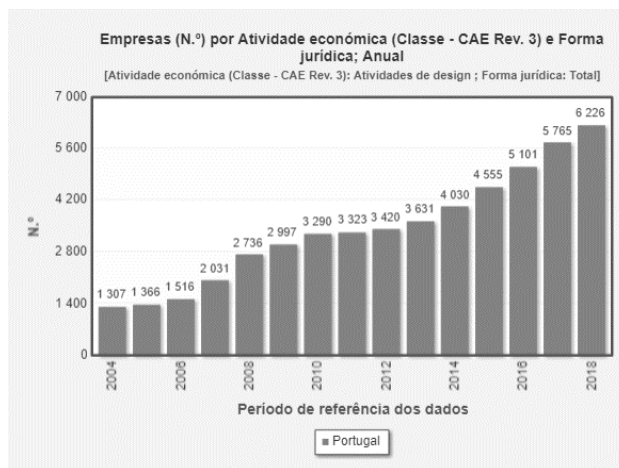


Figura 5 | Empresas (Total de Empresas Individuais e Sociedades) Registadas com Atividade de Design em Portugal

⁷ INE. (2020). *Empresas (N.º) por Atividade económica e Forma jurídica*. Obtido de https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0006569&contexto=bd&seITab=tab2&xlang=pt. Acedido em 2 de julho de 2020.

Portanto, tendo em conta estes valores, podemos concluir que existe um crescimento constante tanto no número de cursos realizados por estudantes, como de profissionais registados com atividade na área do Design em Portugal. Atualmente mais de seis mil profissionais estão registados, mostrando que a área está a crescer e será necessário verificar se as estruturas de apoio existentes têm capacidade de auxiliar o número de profissionais existente. De momento não existem estruturas que apoiem ou um órgão específico que regule a área – seja por um manual de conduta oficial, uma representação através de uma ordem ou união de organizações que representem a área nacional no estrangeiro. Ainda que existam várias organizações nacionais funcionando de forma individual com designers, não estão a unir forças e a trabalhar em conjunto para atingir objetivos comuns. Por último, será necessário averiguar a preparação e educação que o ensino na área fornece aos estudantes em relação aos seus direitos e responsabilidades durante a profissão.

1.3 | Estrutura

O documento em questão divide-se em 5 capítulos. No presente Capítulo 1, a Introdução, é apresentado todos os elementos introdutórios, objetivos gerais e específicos, o contexto da investigação, a estrutura do documento e o estado da arte. No segundo, é realizada a revisão da literatura explorando a área do Design e Gestão do Design, bem como a responsabilidade e direitos do designer. No Capítulo 3 é explorado a metodologia de investigação e a estratégia de investigação da dissertação. Depois, o Capítulo 4 mostra e analisa os três métodos de recolha de dados: Questionário, Entrevistas e *Survey*. Por último, o quinto capítulo com as conclusões, potenciais limitações e recomendações para investigações futuras.

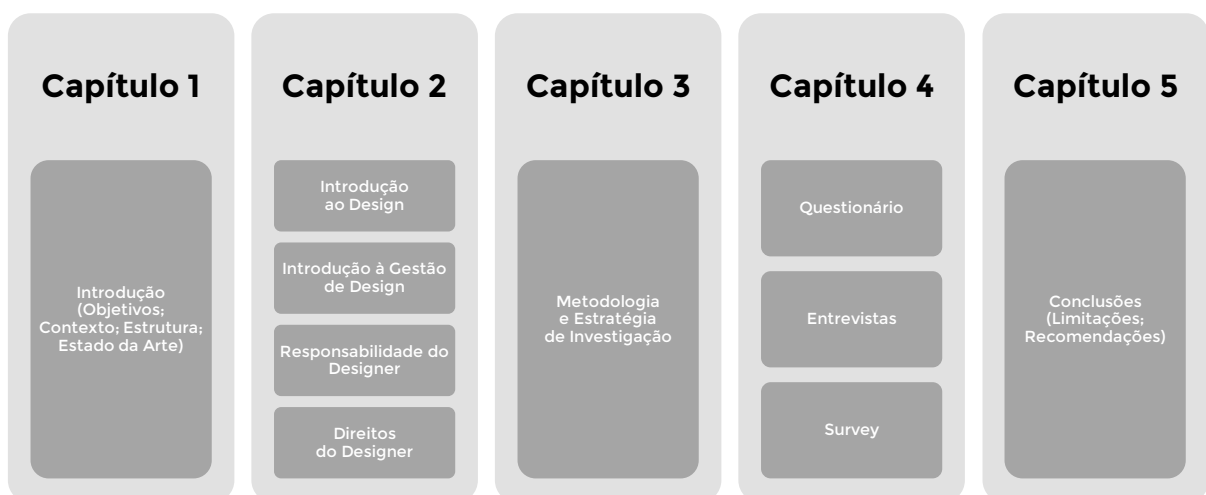


Figura 6 | Estrutura da Dissertação

1.4 | Estado da Arte

As áreas temáticas escolhidas para a pesquisa do Estado da Arte para a dissertação foram *Design* e *Gestão de Design, Responsabilidade no Design e Direitos (incluindo legislação)*. As três áreas foram escolhidas com o intuito de compreender a informação existente e como esta está interligada com a área em estudo do Design. Os elementos presentes no diagrama apenas mostram os autores principais que foram estudados com foco em determinados temas.⁸ Dos autores mencionados foi possível retirar os principais problemas como a importância de refletir na responsabilidade dos designers, a falha na educação da sociedade no papel do Design e o fato de existirem lacunas na legislação que deixam os designers sem uma rede de segurança.

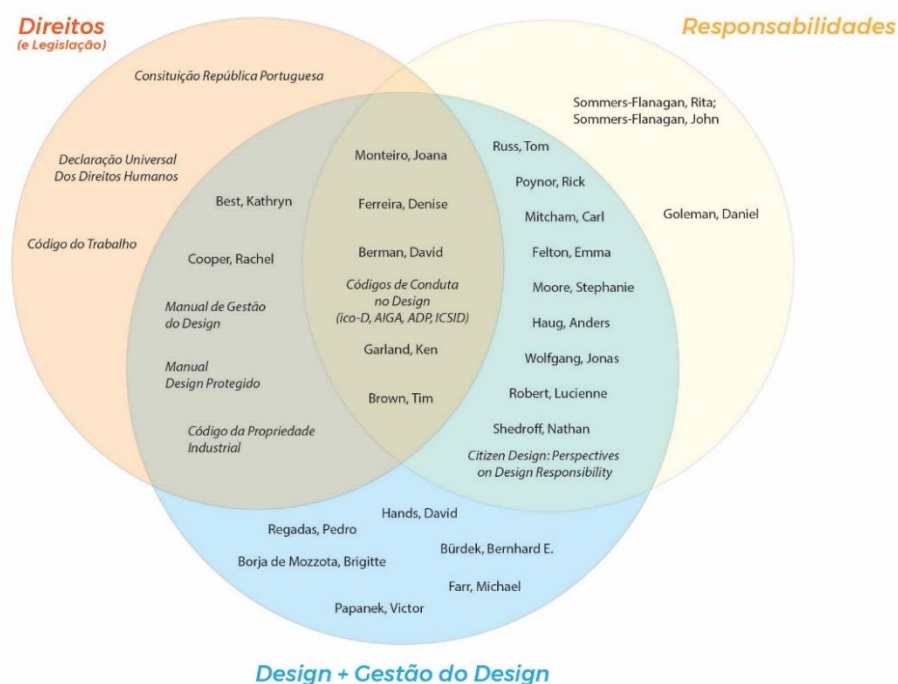


Figura 7 | Diagrama do Estado da Arte da Dissertação

Por fim, após pesquisa nas bases de dados portuguesas, emergiu uma dissertação de há uma década que refere o assunto retratado no documento em questão, realizado pela designer

⁸ É de notar que o livro *Citizen Design: Perspectives on Design Responsibility* é uma obra no âmbito da Responsabilidade do Design com conjunto de vários *essays* e entrevistas de autores como Stanley Tigerman, Katherine McCoy, Susan S. Szenasy, Anne Bush, Rick Poynor, Julie Baugnet, Maud Lavin, Michael Schmid, Gunnar Swanson, Don Norman, Tucker Viemeister, Stuart Ewen, Kalle Lasn e Joseph Stiglitz.

Denise Ferreira⁹ (PhD). A metodologia e recolha de dados realizada em Portugal pela designer em 2009 através de questionários será o ponto de comparação com o estado atual do país no ano 2019/2020. Considera-se de extrema importância a realização da comparação de alguns dados como forma de compreender se existe, ou não, evolução de 10 anos na área de Design nos aspetos mencionados. Ainda assim, é importante reforçar que existem diferenças nos dois estudos na medida em que a Dra. Denise Ferreira realizou uma análise mais extensiva da parte legal (proteção e regulamento da atividade). Por essa razão, para evitar a repetição de publicação do mesmo conhecimento, houve uma breve análise e comparação acerca da legislação - utilizando o estudo da designer - e um maior foco na responsabilidade e conduta. Desta forma, será possível complementar o estudo anterior e avançar com o tema em Portugal.

⁹ Ferreira, D. (2009). *Design Reconhecido: Organização e Deontologia*. (Dissertação de Mestrado). Universidade Técnica de Lisboa: Faculdade de Arquitetura.

Capítulo 2 | Revisão da Literatura

2.1 | Introdução Geral ao Design

A palavra “design” deriva do latim *designare*, que significa definir ou desenhar. A análise da etimologia da palavra mostra que esta é composta por intenção e desenho (Borja de Mozota, 2003). Considerado tanto um substantivo, enquanto resultado, e como um verbo sendo este uma atividade. A área surge com a necessidade de conceber soluções criativas para problemas concretos, com uma determinada finalidade (Gomes, 2003). De uma forma sucinta, o Design é um processo e uma metodologia que se integra em equipas multidisciplinares, agregando criatividade e tecnologia como forma de desenvolver produtos e serviços com determinados utilizadores em mente. Os designers são os profissionais que exercem a área, que conciliam “a arte e a técnica, numa abordagem crítica, inovadora e criativa.” (Ferreira, 2009, p.33), onde seguem um método projetual que pode abordar vários aspetos (como o custo e a eficiência) que no fim respondam às necessidades do utilizador.

Em 1979 na exposição no *International Design Center Berlin* foram desenvolvidos cinco pontos que perfazem uma definição geral do que é o Design. Ainda que seja uma definição complexa têm em consideração os aspetos funcionais (funções práticas), a linguagem do produto (semântica) e os aspetos ecológicos (Bürdek, 2015). Primeiro, bom Design não será apenas uma técnica de enquadramento, mas sim uma expressão da individualidade do produto através da modelação adequada num dado momento. Depois, a função e aplicação do produto desenvolvido devem ser claras para que o utilizador compreenda claramente o objeto. De seguida, bom Design permite que a última fase técnica do seu desenvolvimento se torne “transparente”. Quarto ponto refere que o Design não deve ser restrito apenas ao produto em si, mas também deverá ter em consideração questões ecológicas, conservação de energia, capacidade de reciclagem, durabilidade e ergonomia. Por último, bom Design deve ter como ponto inicial para o desenvolvimento da sua forma a relação entre humanos e objetos.

Para Bürdek (2015) as origens da funcionalidade do design de produtos podem ser verificadas na antiguidade clássica com documentos do artista, arquiteto e engenheiro Vitruvius (80-10 aC). Um dos documentos que menciona são um conjunto de nome “*De architectura libri decem*” (traduzido “Dez livros da Arquitetura”) onde explana a relação entre a teoria e a prática, mostrando desde o planeamento até ao design. Ainda assim, os registos da atividade do Design nascem na Revolução Industrial no século XVIII (Regadas, 2012).

Agora, uma breve contextualização histórica da introdução do Design português. A Professora Doutora Maria Helena Souto no primeiro volume da sua obra acerca da História do Design em Portugal, explica que foi graças à Revolução Industrial no final do século XIX que a produção em massa de objetos com auxílio de máquinas, evoluiu da produção manufatureira. Bürdek (2015) concorda referindo que internacionalmente apenas a meio do século XIX, durante a Revolução Industrial que existe a menção do Design Industrial no seu sentido moderno. Com isto verificou-se uma separação do processo de criação do processo de produção, onde é investido maior tempo e atenção na projeção e planeamento dos objetos. Portanto, é neste momento que nasce o cargo de designer industrial: “(...) o sistema de pré-fabricação industrial deu origem ao Design *in it's contemporary sense* e conduziu no início do século XX ao aparecimento de uma nova profissão, o designer industrial.” (Souto, 2009, p.17-18). Isto porque passa a existir a necessidade de criar um cargo que irá adaptar os objetos às máquinas de produção com os respetivos desenhos industriais (Sousa, 2012). Com isto, em resposta surge um movimento que se opõe à industrialização da produção, o *Arts and Crafts* liderado por William Morris, que defende o retorno à produção manufatureira (artesanato) e criticam que a produção em massa baixa a qualidade dos produtos (Regadas, 2012).

De acordo com Ferreira (2009) o Design foi responder às exigências do mercado ao projetarem mobiliário e equipamento de iluminação, para complementar os interiores dos edifícios projetados por arquitetos. Em termos de pioneiros na disseminação e no ensino na década de 60, de acordo com uma das dissertações selecionadas, *O Design em Portugal, um Tempo e um Modo* (Marinho de Almeida, 2009), Sebastião Rodrigues (1929 - 1997) no Design Gráfico e Daciano da Costa (1930-2005) no Design de Equipamento foram dois dos nomes que se destacaram na história e, por consequência, começaram a disseminar a área do Design em Portugal. Já o primeiro curso de Design no ensino superior surgiu em 1969 no Instituto de Arte e Decoração - atual UE IADE - Faculdade de Design, Tecnologia e Comunicação -, fundado pelo professor António Quadros (1923-1993). Nomes como professor Manuel Lapa (1914-1979) o primeiro diretor do IADE e José Maria Lima de Freitas (1927-1998) foram dois de vários que contribuíram para a área académica do Design. Mais tarde em 1974, na *Escola Superior de Belas-Artes de Lisboa*. Desta forma, ambas pioneiras a disponibilizarem cursos superiores houve uma validação da profissão.

Em 1970, um artigo publicado tanto no *Diário de Lisboa* no dia 30 de julho, como na revista *Arquitectura* na edição nº144 de março/abril (pp.46-47), António Sena da Silva outro nome no Design em Portugal refere a problemática da interpretação errada da profissão de

designer: “fala-se muito de «novas profissões» ideia restrita com muito eco em sectores mal informados, e pretende-se estabelecer diretrizes para reduzir a termos de escolaridades tradicional a preparação julgada necessária para essas novas profissões, rotuladas frequentemente em inglês (*industrial design, graphic designer, script-writer, interior designer*, etc). [...] não é acrescentando algumas novas designações às listas das profissões tradicionais e estabelecendo programas como «disciplinas» mais ou menos pomposas que se consegue alguma coisa, é todo o sistema de ensino que está em causa. É todo o sistema de exercício de atividades profissionais que está em causa.” (as cited in Souto, 2009, pp.85-86). Neste descreve que é necessário ter uma abordagem séria e informativa perante a profissão do Designer, tanto a sua preparação académica, como enquanto profissão.

Anos depois, Daciano da Costa, explica que “(...) é na materialidade da sua produção e nos recursos direto às Tecnologias e à Economia que o Design se reconhece e diferencia. Os conteúdos e as estratégias das estruturas curriculares dos cursos de Design virão a refletir este universo complexo que é a condição de todas as disciplinas de natureza projectual produtoras das estruturas físicas do Ambiente Humano.” (as cited in Souto, 2009, p.87). Assim, a indústria começa a compreender o potencial do Design com a diferenciação e inovação que traz aos produtos. Antes de 1990, Dormer (1995) projetava que o conceito de Design iria evoluir, na medida em que o foco não seria apenas na atividade projetual, mas também em áreas onde o Design relacionaria o ambiente e o utilizador durante o seu processo.

Portanto, desde o início com a adoção da palavra do inglês, o Design muitas vezes é equivocadamente reconhecido como “desenho” em Portugal, sendo importante educar nesse sentido. O Design ainda é reduzido apenas à forma estética e de estilo, esquecendo a parte da capacidade de integrar funcionalidade, aspetos sociais e emocionais, e ainda o valor que agrega durante o processo de desenvolvimento de um produto ou serviço. O Design é mais vezes considerado um objeto do que uma ação, mas é claro que o Design refere-se tanto aos processos como aos resultados (Findelli (2001) as cited in Gancho, 2015). O autor acrescenta que o processo - por exemplo um processo de pensamento criativo - pode envolver modelos físicos ou ser abstrato (visualização) e um resultado que pode ser tangível (resultando num produto) ou intangível com um conceito.

Desta forma, é uma atividade de resolução de problemas, mas também uma atividade de procura de problemas, para descobrir necessidades do utilizador. Papanek diz que o “(...) Design é o esforço deliberado para impor ordem significativa.” (Papanek, 1984, p.4), é uma

atividade extensa, abrangendo produtos, serviços, produção gráfica, interiores, *web*, entre outros. Quanto a uma definição formal, nas palavras do Professor Bruce Brown durante a conferência da *Senses & Sensibility 2019*, não existe uma única definição de Design. Ainda assim, no contexto atual, de acordo com a *World Design Organization* (WDO) – antiga *Internacional Council Societies of Industrial Design* (ICSID) – define o Design como uma atividade criativa que tem como objetivo desenvolver as qualidades multifacetadas de objetos, processos, serviços e sistemas. Dá-se ainda relevância ao facto de Dormer (1995) referir que o Design tem uma função que se relaciona com o mundo exterior – seja nos aspetos sociais ou ambientais – onde a sua função terá um impacto nas pessoas e no ambiente, de onde os irão adquirir e mais tarde consumir (Dormer, 1995 as cited in Regadas, 2012).

Por essa razão, o Design é um fator central da humanização inovativa de tecnologias e um fator crucial cultural e económico (Borja de Mozota, 2003). Para a WDO (2009) o Design tem como objetivo a descoberta e avaliação estrutural, organizacional, funcional, expressiva e económica:

- Ética Global - aprimorando a sustentabilidade global e a Proteção Ambiental;
- Ética Social - dando benefícios de liberdade a toda a comunidade humana;
- Diversidade - apoiar a diversidade cultural não obstante a globalização do mundo;
- Conceção de produtos, serviços, e sistemas que são expressivos (semiótica) e coerentes (estética).

Os pontos mencionados estão relacionados com “objetivos maiores que a execução de um projeto, mas também com questões de maior alcance, como a sustentabilidade, a relação com o ambiente e o ser humano, o impacto da atividade do Design nas vidas das pessoas, a responsabilidade com a cultura, com a ética, com valores sociais e com os benefícios para a comunidade.” (Regadas, 2012, p.22).

Victor Papanek (1995) refere que existem sete capacidade e talentos que um designer detém para conseguir atingir estes objetivos e realizar o processo criativo de forma coerente (Papanek, 1995, p.10):

1. a aptidão para investigar, organizar e inovar;
2. o dom para descobrir as respostas adequadas aos problemas novos ou recém-surgidos;
3. a habilidade para testar estas respostas através da experimentação, de modelos computadorizados, funcionamento de protótipos ou séries de testes reais;

4. a prática para transmitir esses desenvolvimentos através de desenhos, modelos, simulações e estudos de viabilidade, em vídeo ou filme, bem como através de relatórios verbais ou escritos;
5. o talento para combinar as rigorosas considerações técnicas da forma criada com a preocupação dos fatores sociais e humanos e da harmonia estética;
6. a sabedoria para prever as consequências ambientais, ecológicas, económicas e políticas provocadas pelo Design;
7. a capacidade para trabalhar com equipas multidisciplinares, pessoas de áreas e culturas diferentes.

Borja de Mozota (2003) analisa o plano académico das instituições de ensino como forma de compreender as capacidades de Design. A maioria das instituições facultam um treino geral (de ciências experimentais e sociais), treino específico numa determinada área ou disciplina de design, cadeiras de teoria e cadeiras práticas, participação em projetos reais.

Capacidades Aplicadas	Conhecimento	Capacidade de Processamento	Valores/Perspetiva
Capacidades Práticas de Design	Processo	Visualização	Tomar Riscos
Técnicas Criativas	Material	Investigação	Originalidade
Skills Comerciais	Mercado	Análise e Priorizar	Antecipar tendências futuras
Apresentação e Redação de Relatórios	Técnico	Elaboração de Cenários	Proatividade no desenvolvimento de relações
	Comercial	Adaptar e Investir Apresentar e Persuadir Sintetizar Compreender e Gerir os requisitos dos <i>stakeholders</i> Pensamento e Ação intuitiva	Gerir incerteza

Tabela 1 | Tipos de Capacidades de Design (Adaptado)

Fonte: Borja de Mozota, B. (2003). *Design Management - Using Design to Build Brand Value and Corporate Innovation*. Allworth Press. p. 11.

Na obra *Arquitetura e Design*, Papanek (1995) afirma que o Design consegue dar a satisfação profunda, sensação de maravilha e de prazer aos designers através do desenvolvimento de processos criativos para um futuro com ordem e com sentido: “Os designers procuram satisfazer estes anseios através do seu trabalho. No sentido mais lato, um designer é um ser humano que tenta atravessar a ponte estreita entre a ordem e o caos, a liberdade e o niilismo, entre as realizações passadas e possibilidades futuras.” (Papanek, 1995, p.9-10, tradução livre). Acredita também que a compreensão e apreciação da área foi afetada pelo foco exclusivo do aspeto visual das criações.

2.1.1 / O Reconhecimento do Design em Portugal

Para além da situação mencionada anteriormente do equívoco frequente da palavra de origem inglesa “design”, a atividade dos profissionais de Design ainda não se encontra muito integrada na sociedade portuguesa. Em Portugal a área é maioritariamente promovida como uma atividade artística e não como uma ferramenta de apoio à gestão, comunicação e engenharia (Ferreira, 2009). Portanto, as associações de Design têm falta de apoio e financiamento por parte do governo. Para além disso, não existem muitos designers que se façam sócios de entidades. Ferreira (2009) acrescenta ainda que não existe um plano de desenvolvimento económico onde o Design tem um papel essencial.

Algumas razões que possam explicar este fenómeno poderá ser que o Design português tenha poucos nomes de sucesso que sejam reconhecidos e acompanhados nacionalmente, haver uma maior divulgação de designers estrangeiros e por último - e de certa forma o que cria mais impacto na vida dos designers -, o facto de que a preparação no ensino não estar no nível da realidade profissional (Gomes, 2003). Para além disso a autora refere que não depende apenas do ensino, é necessário “desenvolver um trabalho a nível de explicitação orgânica e valorização da ideia de Design nas empresas privadas, empresas públicas, autarquias, departamentos estatais, na criação de postos de trabalho (...) e na criação de legislação adequada e que, numa fase inicial, proteja adequadamente as diversas entidades intervenientes.” (Gomes, 2003, p.27). Acrescenta que cabe ao Governo sensibilizar a população e reconhecer o Design como uma área com profissionais que podem fazer o país avançar.

Continua a existir falta de confiança do trabalho e métodos dos designers alimentado pelo desconhecimento da disciplina no contexto empresarial (Branco, Lopes & Cooper, 2003 as cited in Sousa, 2012). O Professor Doutor Carlos Duarte, Pró-Reitor da Universidade

Europeia, expõe num artigo¹⁰ publicado no Público que tendo em conta a competitividade existente nos mercados portugueses, diz ser imperativo o investimento no Design como forma de diferenciação. Existe mão-de-obra qualificada, há oportunidades, só falta integrar o Design nos modelos de negócio e de gestão das empresas portuguesas: “É por este motivo que defendo o conceito de economia criativa, mais abrangente do que a designação de indústrias culturais e indústrias criativas, que deve ser estimulado pelas instituições de ensino.”. Nas entrevistas realizadas por Ferreira (2009) na contextualização do Design em empresas portuguesas, foi possível averiguar que a perceção é positiva na medida em que os inquiridos dizem que o Design acrescenta valor aos produtos, diferenciação, melhoria na organização de processos e inovação. Diz também que há vários níveis de inserção do designer nas empresas, desde não estar incorporado na organização da empresa, ocupar um cargo de técnico superior ou até haver um departamento de Design na empresa. Conclui que o papel do designer continua a não estar bem definido nas empresas, onde o seu posicionamento irá variar dependendo da cultura de Design no contexto empresarial.

Quanto ao ensino, existem três níveis de atuação para colmatar o problema em questão (Gomes, 2003). Primeiro, a formação dos designers, depois a disponibilização de informação e sensibilização da sociedade, por último a pressão sobre o poder. Há uma falha por parte do Governo na divulgação e criação de postos de emprego para os jovens designers em Portugal – que iria consequentemente auxiliar a Economia.

Portanto, a demora que o Design apresenta em Portugal tem implicações históricas e sociais, que acabam por influenciar a cultura e o meio empresarial. De acordo com a Associação Portuguesa de Designers, a economia nacional e a sociedade portuguesa estão a viver uma fase de desenvolvimento onde é imperativo eliminar quaisquer obstáculos que estejam a obstruir a sua integração nas organizações públicas ou privadas em Portugal. Como se pode verificar pelos dados analisados no Capítulo 1 da Introdução ao documento em questão, revelam que existem mais de 6 mil cidadãos registados com atividade na área de Design e mais de 37 mil alunos presentes em cursos da área entre 1995 e 2018. Ainda assim, poucas mudanças foram verificadas ao longo de mais de 20 anos.

¹⁰ Duarte, C. (2016). *O design, a criatividade e a economia nacional*. Público. Obtido de <https://www.publico.pt/2016/04/27/economia/opinia/o-design-a-criatividade-e-a-economia-nacional-1730188>. Acedido em 10 de Maio de 2020

2.1.2 / A Gestão do Design

Com o Design cada vez mais abrangente, existe uma maior necessidade de os designers criarem habilidades específicas para cada função necessária num projeto em equipa. Por consequência ao expandir as equipas de Design e as funções da área dentro de uma organização, passa a existir uma oportunidade de criar uma disciplina que se encarregue na gestão destes mesmos recursos para o sucesso do grupo. Branco (2001) define a disciplina Design Management, ou Gestão do Design, como um processo informado de alocação de recursos de Design para atingir os objetivos de uma organização, onde será potenciado uma gestão com o intuito de garantir a solução otimizada (Branco, 2001 as cited in Sousa, 2012). Portanto, a disciplina tem uma preocupação com o posicionamento do design dentro da organização, querendo identificar disciplinas que sejam relevantes no decorrer dos projetos para que o Design seja utilizado de forma eficaz (Borja de Mozota, 2003).

Escolher o designer correto para cada função é crucial para o sucesso do projeto, considera que o gestor de Design desenvolve a capacidade de organizar uma equipa e escolher o designer adequado a cada tarefa (Farr, 1966 as cited in Borja de Mozota, 2003). Gorb (2001) defende que a gestão do design no âmbito empresarial não se limita à gestão de um processo de design ou através da educação de gestores, mas sim à “correta implementação, por parte dos gestores de linha, dos recursos de design disponíveis à organização na execução dos seus objetivos corporativos” (Gorb, 1990, p.2 as cited in Sousa, 2012, p.72). O autor refere que tem de haver um equilíbrio entre gestor e designer na utilização eficaz do design.

Em termos de História da Gestão do Design, Cooper & Junginger (2011) referem que Josiah Wedgewood (1730 – 1795), um artesão, foi o primeiro a combinar as duas atividades de Design e de Gestão - foi o primeiro *Case Study* para Gestão e Design. Mais tarde, em 1915 no Reino Unido elaboram uma proposta para fundar a *Design and Industries Association* (DIA) que tinha como objetivo juntar os vários interessados na produção industrial como designers, distribuidores, economistas e críticos. A Associação estava ciente do aparecimento do Movimento *Arts and Crafts* liderado por William Morris, mas a Associação expõe que tanto os designers como as indústrias tinham de ter motivação “(...) não só pela busca de lucro comercial, mas como um sentido de propósito social e responsabilidade para fornecer produtos bem acabados e com bom design aos consumidores (termo ainda não criado).” (as cited in R. Cooper, Junginger, & Lockwood, 2011, p.2, tradução livre).

Por volta dos anos 50 existe um novo interesse em relação à área do Design Management no Reino Unido, Estados Unidos e Alemanha, Cooper e Junginger (2011) relacionam o acontecimento com a ideia da indústria renovada depois da Segunda Guerra Mundial (1939-1945) que estimula não só a produção como o desenvolvimento de novos mercados. Acrescentam que com a Guerra também se verificou uma escassez de recursos (como o metal e aço), tornando o papel e reconhecimento do designer ainda maior, tendo uma posição essencial no contexto organizacional da produção (R. Cooper et al., 2011). Assim, os designers eram incentivados a criar produtos com os recursos e materiais existente que respondessem às necessidades.

Na década de 60, o termo emerge na Grã-Bretanha e tinha como objetivo descrever a gestão de clientes em agências de Design (Borja de Mozota, 2003). Cooper e Junginger (2011) explicam que o termo, conceito e descrição surge em 1964 com o Prémio Presidencial do Design Management na *Royal Society of Arts* no Reino Unido, começando assim a ser utilizado por académicos e profissionais. Referem também que a área é comum ser aplicada em arquitetura e construção, mas academicamente e profissionalmente outras vertentes da Gestão do Design foram adotadas em disciplinas de produção e negócios.

Rachel Cooper (2011) mostra a evolução da área da Gestão do Design envolvida em quatro temas estruturais, são estes criar valor, resolver problemas, melhorar as capacidades da empresa e criar um *design leadership* que atinja os objetivos da empresa (Borja De Mozota & Wolff, 2019).

Período	1965 - 1992	1993 - 2005	2005 - 2014	2015 - 2017
Design Management acrescenta valor através de...	Valor Económico (Estética, Diferenciação); Valor do Produto (Qualidade); Perceção de Valor	Valor do Processo (Coordenação, Resolução de Problemas)	Valor Humano (Transformação Humana e Cultural)	Valor Estratégico de Conversação (Construir <i>skills</i> , Enquadrar Problemas)
Design Management resolve problemas do Design relacionados com...	Todos os aspetos dos artefactos da empresa	Gestão de Inovação	Diagnóstico Estratégico, Mudanças na Sociedade e Política	Mudanças Culturais, Transformação Digital e “Design for All”

Design Management desenvolve e alimenta as capacidades do Design na função de...	a) Direção de Marketing b) Operações c) Comunicações	a) <i>Research and Development</i> (R&D) b) Interdisciplinaridade c) Equipa de Inovação	a) Finanças b) Recursos Humanos	Todas As Funções Da Empresa
Liderança de Design (direção do design, direção artística) ajuda a atingir objetivos como...	Criar uma marca e uma identidade (coerência entre as disciplinas de Design), Criar lucro para a empresa	Criar novos produtos e serviços, Melhorar o Processo de Inovação e a sua eficiência	Consciencializar as empresas acerca da Estratégia de Design, Mudar para Orientação dos Clientes e a Cultura Criativa	Fazer a empresa sustentável no contexto global de bem-estar social

Tabela 2 | A Evolução Cronológica do Design Management (tradução livre)

Fonte: Borja De Mozota, B., & Wolff, F. (2019). *Forty years of research in design management: A review of literature and directions for the future. Strategic Design Research Journal*, 12(1), 4–26. <https://doi.org/10.4013/sdrj.2019.121.02>
Adaptado de R. Cooper et al. *Handbook*, 2011

Portanto, a área já sofreu mudanças ao longo da sua existência sendo complicado definir Gestão do Design numa única definição. Ainda assim a Gestão do Design, ou *Design Management*, é a gestão bem-sucedida de equipas, projetos, processos e procedimentos por detrás do design de produtos, serviços, ambientes e experiências (Best, 2010). Gere-se também as relações de diferentes áreas como Marketing e Finanças dentro de uma empresa. Como papel, o gestor de Design gere o projeto de Design, podendo ter como título de trabalho de *brand manager*, *project manager*, consultor de Design ou *advertising planner*. Na prática o gestor de Design tem as seguintes funções:

- Investigar os requisitos do novo produto/serviço e estruturar um plano de tempo e dinheiro (Farr, 2010);
- Gerir as relações entre pessoas - sejam clientes, colegas de outras áreas, consultorias de Design, *stakeholders* ou utilizadores finais (Best, 2010);
- Organizar equipas e atribuir funções a cada designer, processos e procedimentos de um determinado projeto (Best, 2010);
- Ser o responsável por decidir quais são os produtos ou serviços são lançados para o mercado, marketing, promoção, publicidade e relações públicas (Best & Farr, 2010).

Todas estas funções assentam na resolução de problemas, planeamento, *briefing*, comunicação e coordenação (Cooper, Junginger, & Lockwood, 2011); estas capacidades são extremamente importantes e essenciais durante o processo de um projeto de Design. Como se pode verificar pela Figura 8 o

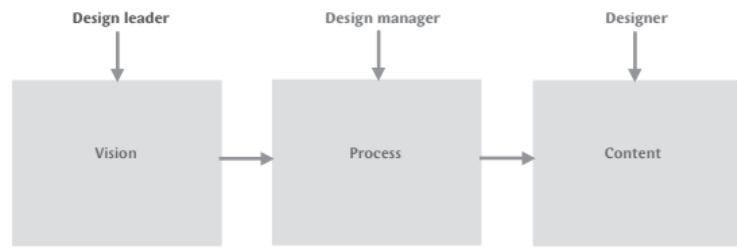


Figura 8 | Organização dos Papéis da Equipa durante o Projeto

Fonte: Mike Crump, *Design Manager*, British Airways.

Retirado de Best, K. (2006). *Design Management - Managing Design Strategy, Process and Implementation*. AVA Publishing SA. p.17

Gestor de Design tem um papel de intermediário de supervisionar o processo entre o *Design Leader* com a sua visão do projeto e com os designers que produzem o conteúdo. Outro papel importante do gestor de designer é também assegurar que o processo do projeto de Design está a criar valor para a empresa (Best, 2006). No fundo, este ramo de designer compreende os objetivos estratégicos de uma organização e de como o Design poderá ser utilizado como uma ferramenta para atingir as metas de trabalho e criar valor numa organização. O Professor João Branco (2001) refere que “(...) os problemas de design empresarial parecem remeter para a necessidade de gestão sustentada desta disciplina (...)” (Sousa, 2012, p.83).

Existem diferenças na forma como se desenvolve a Gestão do Design dependendo da posição das empresas. Mozota (2003) identifica 4 variáveis sendo a primeira a identificação da responsabilidade do Design onde refere ser importante haver uma pessoa responsável pelo design e pela implementação de programas de formação, que terá um grande impacto na qualidade da empresa. Depois a experiência de Design, dizendo que dependendo da experiência que a empresa detém pode ver o Design Management como um recurso para desenvolver no futuro ou não. Em terceiro, o posicionamento estratégico, se o posicionamento estratégico da empresa for reativo será o mercado que determina a política de Design, caso seja proativo a empresa conseguirá utilizar o design como uma ferramenta que influencia o mercado. Por último, a integração do Design na cadeia de valores da empresa: o Design como uma competência económica e os efeitos nas funções primárias da empresa; o design como competência de gestão e os efeitos nas funções de apoio; o design como competência estratégica e os efeitos na cadeia de valores externa.

Kootstra (2009) desenvolveu quatro níveis de integração e maturidade da Gestão do Design com o modelo “Design Management Staircase” (Kootstra, 2009 as cited in Gancho,

2015). No nível 1 não existe Design Management, quando as empresas não usam ou raramente usam o Design como diferenciador. No nível seguinte a empresa coloca o Design Management como um projeto, sendo maioritariamente uma ferramenta de Marketing que não acrescenta valor através de um novo produto ou serviço. No nível 3, é a área como uma função, onde se verifica a envolvimento do Design no início do processo de um produto ou serviço, sendo aplicado onde é necessário. Por último, no nível 4 tem o Design Management como uma cultura dentro da empresa.

Concluindo, podemos verificar que o Design Management “consiste na introdução do Design como um programa formal de atividade dentro da organização, demonstrando a importância do design nos objetivos a longo prazo da empresa e na coordenação e incorporação de recursos de Design em todos os níveis de atividade na empresa com o intuito de responder a esses objetivos.” (Montaña, Jordi and Guzmán, 2007 as cited in Gancho, 2015, p.76, tradução livre). Na dissertação de Sousa (2012), sintetiza que Farr (1966), Gorb (2001), Cooper (2011), Mozota (2003), Best (2010) e Branco (2001) concluem que ao implementar o Design em qualquer contexto, este deve ser sempre acompanhado com a área da gestão - devendo existir uma associação clara entre as duas disciplinas para que se possa desenvolver um bom diálogo. Depois, mostram que é importante legitimar a área da gestão do design como uma atividade central nas organizações de forma a que esta seja incorporada nos vários níveis organizacionais (operacional, tático e estratégico). Por último, reconhecer a gestão de design como um componente central que integra várias disciplinas para que possibilite a aprendizagem mútua.

2.1.3 / O Processo do Design

O Processo de Design é um processo de conhecimento, no qual o Design é “adquirido, combinado, transformado e incorporado.” (Borja de Mozota, 2003, p.18, tradução livre) num determinado contexto. Mas, Mozota (2003) refere que Gorb (2001) diz que o Design não é um processo criativo, ainda que envolva pessoas criativas, é um processo maioritariamente de planeamento. Ainda assim a autora acrescenta que o Design encoraja a criatividade numa empresa. Portanto, o autor dá ênfase à importância da distinção entre o design como produto e o design como processo (Gorb, 2001 as cited in Borja de Mozota, 2003).

Este processo começa com um *brief* que define qual é o problema que o designer terá de solucionar. Mozota (2003) refere que “design” e “inovação” são palavras permutáveis para descrever duas atividades criativas. Este processo é maioritariamente experimental, visto que

é necessário adquirir um pensamento criativo aberto para solucionar problemas dentro de uma instituição - podendo ser um processo analítico (quando o resultado previsto é apenas uma modificação de algo já existente), iterativo (para projetos com algum risco, com adoção de melhorias e inovações) ou visionário (quando o problema não pode ser definido com precisão) – os três tipos de processo dependem da liberdade dada ao designer e do risco que a empresa está disposta a ter (Holt (1990) as cited in Borja de Mozota, 2003). Para Mozota (2003), os profissionais de Design quando criam algo significa que existe um problema a resolver, ao identificar esse problema há um processo que os designers seguem. O resultado pode ser um produto ou um serviço, que responde ao *brief* inicial.

O Design tem diferentes fases ao longo do projeto tendo em conta um dado *brief*. Existem três fases gerais no processo, uma fase analítica para compreender o problema em estudo, uma fase de síntese onde gera-se uma ideia e conceito, e por último a seleção da solução que melhor responderá à questão inicial (Borja de Mozota, 2003). Portanto, o designer seguirá um processo lógico criativo para conseguir abranger vários ângulos e atingir um determinado *output* que responda ao problema. O processo de Design pode ser dividido em cinco etapas:

	Fases	Objetivo	Output Visual
0	Investigação	Ideia	<i>Brief</i>
1	Pesquisa	Conceito	Conceito Visual
2	Exploração	Escolha de Estilo	Esboços de ideia e desenhos; Esboço de apresentação e Modelo em escala reduzido
3	Desenvolvimento	Protótipo e Detalhes	Desenhos técnicos; modelos funcionais; <i>Mock-ups</i> visuais em 3D com correção visual e capacidades de trabalho
4	Compreensão	Teste	Documentos de execução; Protótipo
5	Avaliação	Produção	Ilustração do Produto

Tabela 3 | O Processo de Design (Adaptado)

Fonte: Borja de Mozota, B. (2003). *Design Management - Using Design to Build Brand Value and Corporate Innovation*. Allworth Press. p.15.

Outro exemplo de um processo de Design é possível dividir e identificar sete etapas dentro da metodologia de Design: definir, pesquisar, idear, prototipar, selecionar, implementar

e aprender. Estas etapas não são necessariamente lineares, muitas vezes é preciso revisitar determinadas fases do projeto para evoluir nalgum aspeto.

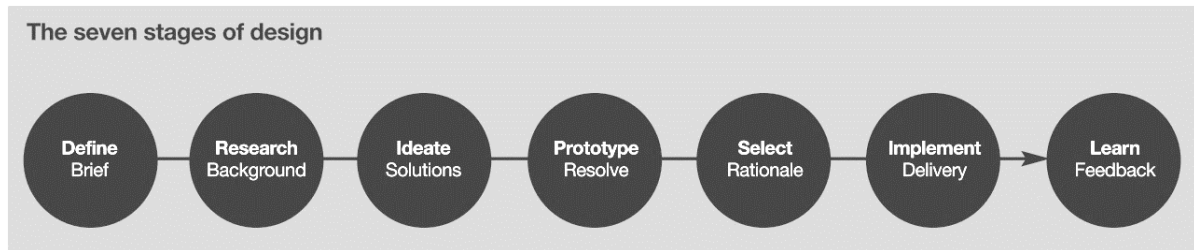


Figura 9 | As Sete Fases do Processo Design

Fonte: Ambrose, G., & Harris, P. (2010). *Basics Design 08: Design Thinking*. Em *Basics Design*. p.12.

Na figura 9 observa-se uma metodologia de Design Thinking onde a primeira fase, *Definir*, deverá estabelecer-se qual é o problema a resolver do *brief* de Design e faz-se as cinco perguntas essenciais: *Quem? O quê? Quando? Onde? Porquê?* De seguida a *Pesquisar*, a fase onde se recolhe informação (sendo alguns exemplos: primária vinda do *feedback* de projetos semelhantes e secundária proveniente de relatórios de consumidor). Depois a fase *Idear*, cria-se um leque de soluções que têm potencial de responder ao problema. A fase de *Prototipar*, permite que se consiga avaliar as potenciais soluções, conseguindo visualizar e testar a solução. Daí, segue a fase de *Selecionar*, onde se avalia cada solução e verifica-se se esta responde às necessidades e atinge os objetivos do *brief*. Outros fatores importantes serão o custo e tempo, relevantes para o processo de seleção. Na sexta fase, *Implementar*, desenvolve-se e entrega-se a solução ao problema do cliente. Por último, *Aprendizagem*, o designer deverá procurar *feedback* por parte do cliente e do público-alvo para que se compreenda se a solução foi bem-sucedida e de que forma poderão melhorar nos próximos projetos.

Da mesma forma que existem os 4 P's de Marketing, o Design é um processo que tem quatro características essenciais (Borja de Mozota, 2003). As quatro variáveis essenciais no processo de Design, na obra *Winning by Design: Technology, Product Design and International Competitiveness*, os autores concebem os 4 C's. Primeiro a *Criatividade*, referindo que o Design requer a conceção de algo que nunca foi desenvolvido. Depois a *Complexidade*, onde afirmam que o Design pondera decisões envolvendo um grande número de parâmetros. O *Compromisso*, tendo em conta a complexidade de decisões o Design terá de conciliar várias necessidades como o custo, estética, usabilidade, materiais e durabilidade. Por fim o *Critério*, visto que o Design terá de fazer escolhas dentro das soluções desenvolvidas para os vários níveis de complexidade de problemas (Walsh, Roy, Bruce, & Potter, 1992).

2.1.4 / *Impacto e Importância do Design*

O Design cria a maior parte dos elementos que vemos, que usamos e das experiências que os produtos e serviços nos proporcionam. David Berman (2013) acredita que o Design tem muito mais poder do que aparenta, na medida em que é um mecanismo poderoso aliado à criatividade que tem a capacidade de melhorar o mundo. No seu livro o autor alerta para o papel importante do Design na persuasão do público, atendendo às suas necessidades. Considera que existem manipulações que os designers conseguem identificar e utilizar outras metodologias, para ter um impacto positivo na sociedade (Berman, 2013).

Dáí Peter Gorb (1990) afirma que o Design é considerado uma ferramenta poderosa nas mãos da área de *management* (gestão administrativa) nas empresas, no que visa à venda de produtos, aperfeiçoar a comunicação com os seus consumidores, clientes e *shareholders*. O autor acrescenta que o Design deve posicionar-se da mesma forma que o Marketing e as operações de gestão, gerindo a inovação e como esta se posiciona no processo de produção de lucro (Gorb, 1990 cited in Borja de Mozota, 2003)

As metodologias do Design podem utilizar como uma ferramenta estratégica poderosa na diferenciação dos restantes concorrentes, ainda assim o é “negligenciado pelas empresas” (Kotler & Alexander Rath, 1984). Ferreira (2009) refere que o Design deve ser valorizado e são poucas as empresas que compreendem as vantagens que advém de integrar um designer na coordenação e gestão das equipas multidisciplinares. Num artigo *McKinsey Quarterly* (2020), é referido que há empresas que são ótimas a utilizar o Design, conseguindo fazer crescer os lucros e trazer o dobro dos *stakeholders* comparativamente às restantes. Para compreenderem o porquê de as empresas não fazerem as mesmas escolhas realizaram entrevistas a 200 designers seniores, entrevistaram 100 executivos de topo e analisaram 1,700 inquiridos do *McKinsey Design Index*. Concluíram que 90% das empresas não estão a atingir o seu máximo potencial. Os dois problemas que surgiram foi: menos de metade dos entrevistados têm falta de conhecimento acerca de como um designer sénior pode contribuir e apenas 10% mostra confiança do trabalho que estes designers fazem nas suas posições. Portanto existe falta de clareza do papel de um *lead designer* e falta de confiança do potencial que estes trazem para a empresa. Concluem dizendo que a mudança começa no topo, incluindo lideranças de designers seniores, e que os CEO’s por norma não compreendem que os designers conseguem ter grande impacto nas empresas. Portanto, as empresas não estão a utilizar as *skills* dos *designers leaders* que trazem grande valor às empresas.

É necessário reforçar que o Design não é um substituto de outras atividades, mas sim o apoio e o parceiro nas empresas dos vários departamentos, fortalecendo e abrindo novos caminhos com as técnicas e capacidades que detém (Borja de Mozota, 2003). O Design deixou de ser um pequeno elemento num projeto antes de ser entregue aos marketeers. Através da “Matriz de Integração do Design na Empresa” de Borja de Mozota (2003), Regadas (2012) estabelece as 4 portas de entrada que o Design pode se integrar em negócios. Primeiro pela administração, imediatamente incorporado na criação da empresa e na sua estratégia. Depois pelo departamento de comunicação (em relação à Identidade Corporativa), seguido do departamento de Marketing (na conceção de promoção de um produto/serviço) e por fim, pelo departamento de produção ou pelo departamento de investigação e desenvolvimento (com projetos de inovação).

O Design é um elemento importante para a inovação, na medida que agrega as possibilidades técnicas e a procura/oportunidade do mercado (Freeman, 1983 as cited in Walsh, 1996). A nova abordagem em empresas e organizações é implementar o Design nas primeiras fases da conceção, nas últimas fases da implementação e daí em diante (Brown, 2009). As empresas com novos desafios estão dispostas a incorporar o Design, a aptidão de resolução de problemas e trabalhar em equipas multidisciplinares. Algumas das iniciativas mais ousadas em negócios de hoje surgem de empresas que usam o Design Thinking para aumentar seus esforços de inovação e impulsionar seu crescimento (Brown, 2009). Com o aumento da competitividade comercial, as capacidades do Design são cada vez mais cobiçadas. O relatório *McKinsey* (2018), realiza uma pesquisa rigorosa acerca das ações do Design que as empresas podem utilizar para “desbloquear” o valor, com auxílio do *Design Management Institute*. Neste averiguaram o modo de utilização do Design em 300 empresas durante um período de cinco anos, colecionando dois milhões de dados financeiros e mais de cem mil ações de Design. Estas ações de Design consistem em, por exemplo, colocar um responsável de Design no quadro executivo de uma empresa. Portanto, utilizam o *McKinsey Design Index (MDI)*¹¹ como forma de medir o sucesso de cada caso, aqui estão os quatro *clusters* de ações de Design que mostraram maior relação com o crescimento da *performance* financeira:

- Adotar uma mentalidade analítica do Design, medindo e guiando o desempenho do Design com o mesmo rigor dos custos e lucros;

¹¹ O *McKinsey Design Index* é uma ferramenta online disponível para as empresas que queiram compreender a sua maturidade do Design com uma base de dados de 1,600 repostas.

- Colocar a experiência do utilizador no centro da cultura da empresa;
- Aplicar o *user-centered Design* como uma responsabilidade de todos;
- Reduzir o risco do processo ouvindo, testando e reforçando com os utilizadores finais até ao lançamento final.

As empresas que tiveram o melhor desempenho financeiro compreendem que o Design é um assunto *top-management* e deverá ser lidado com o mesmo rigor dos outros índices financeiros. No relatório mencionam que o problema é o Design ser tratado como um elemento que raramente está presente no topo da administração. Afirmam que no passado, os designers são culpados por não encararem o Design como uma ferramenta valiosa para a gestão e não mostrarem como esta pode ser utilizada para alcançar os grandes objetivos dos negócios.

1. Encontraram uma forte relação entre altos resultados do *McKinsey Design Index* e uma liderança superior;
2. Os resultados sugerem que a boa aplicação do Design resulta em empresas sejam de tecnologia médica, bens de consumo ou bancário;
3. As empresas que realmente compreendem como se destacarem das restantes são recompensadas pelo mercado.

Mais uma vez, as empresas situadas no quartil superior, utilizam o Design como parte do processo de gestão da empresa. O problema é estas empresas serem “raras”, visto que o uso de Design nas restantes pode existir, mas não nas quatro dimensões. Concluem, reiterando que as empresas com melhor retorno financeiro, combinam o Design e a liderança de negócio usando uma visão centrada no Design - desta forma conseguem atingir a excelência do Design dentro do negócio.

No *Innobarometer 2016 - EU Business Innovation Trends*¹², o relatório mais recente elaborado pela Comissão Europeia, desenvolveu uma secção em que explora o papel do Design na estratégia das empresas. Afirma que mais de seis em cada dez empresas têm o Design integrado de alguma forma no negócio. Durante a pesquisa realizada em 2016 nos vários países da União Europeia, 11% das empresas portuguesas afirma que o Design é um elemento central na estratégia da empresa; 19% afirma que o Design é importante, mas não é um elemento

¹² UE.(2016). *Innobarometer 2016 - EU Business Innovation Trends*. Obtido de <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/69e52157-2ba9-11e6-b616-01aa75ed71a1>. Acedido em 17 de junho de 2020

central do processo da empresa; 14% diz que o Design é utilizado nas últimas fases apenas para melhorar o aspeto e o nível de atratividade do produto final; 18% não trabalha sistematicamente com o Design; 37% refere que o Design não é utilizado na empresa e 1% não sabe ou não respondeu.



Figura 10 | Questão do Relatório com Respostas de Portugal (Adaptado)

Fonte: EU. (2016). *Innobarometer 2016 - EU Business Innovation Trends*. <https://doi.org/10.2873/791491>, p.97

Portanto, o Design contribui em diferentes etapas nas empresas, seja no Marketing de objetos já existentes pelo *packaging*, publicidade e imagem da empresa, como também contribui na produção de bens já existentes com alteração de processos já implementados (mudanças de layout, sequência de tarefas, etc.) (Walsh, 1996). Será importante analisar qual é a semelhança e diferenças ao longo da história que tornam o Design um fator importante na Quarta Revolução Industrial. O Design está plenamente associado a esta revolução, visto que nos fornece as ferramentas necessárias para responder a novos desafios, promovendo também o crescimento e inovação (Benton, Miller, & Reid, 2018).

Cada revolução industrial ocorreu com a introdução de novas tecnologias e estas fizeram desencadear mudanças económicas e sociais. A primeira revolução industrial (1760-1840), teve a construção das ferrovias e a invenção do motor a vapor. Depois, no final do século XIX e início do século seguinte, graças à eletricidade, foi possível a produção em massa. Na terceira, dita como revolução digital (entre a década de 60 a 90), invenções como os computadores e a internet. De acordo com Klaus Schwab (2016), a segunda revolução ainda não chegou a 17% do mundo, quase 1.3 milhares de milhões de pessoas não têm acesso a eletricidade. Na terceira revolução, 4 milhares de milhões de pessoas que vivem maioritariamente em países em desenvolvimento, não têm acesso à internet.

Atualmente decorre a quarta revolução industrial, diferente das anteriores devido à velocidade e amplitude que se observa. Esta revolução está a mudar a forma como vivemos, trabalhamos e nos relacionamos devido aos avanços tecnológicos (Schwab, 2016). Alguns dos exemplos destes avanços científico-tecnológicos são a inteligência artificial (*artificial intelligence* ou AI), robótica, a Internet das Coisas (*internet of things* ou IoT), veículos autónomos, impressão 3D, nanotecnologia, biotecnologia, ciência dos materiais, armazenamento de energia e computação quântica (resolução de algoritmos) são apenas alguns exemplos que dá. Estas invenções estão a criar mudanças em todas as indústrias, redesenhando modelos de negócio, formas de produção, consumo, transporte e sistemas de entrega. O Design Thinking com a metodologia de *human-centered design*, pode ajudar a compreender estas novas estruturas e sistemas que guiam o mundo (Schwab, 2018).

Durante um evento *Design and the Fourth Industrial Revolution* da *Royal Society for the encouragement of Arts* (2018)¹³, o painel de convidados foi questionado “De que forma é que o Design pode ajudar negócios e a indústria para despertar o seu potencial?”. Primeiro a Chefe Executiva da *Design Business Association*, Deborah Dawton, menciona o *Design Ladder* como forma de os negócios compreenderem onde se situam e como poderão integrar o Design a um nível estratégico. Esta ferramenta foi desenvolvida com o objetivo de medir o nível de atividade de Design num negócio. Dawton explica que é necessário especificar a quem nos estamos a dirigir, e afirma que deverão ser os CEO’s dos negócios. O designer não deverá ter como objetivo mover as pessoas para o topo do *Design Ladder*, mas sim avaliar o que cada negócio necessita em termos de soluções, que poderá ou não envolver mais o Design na estratégia de negócio. Mais à frente, durante a discussão desenvolve mostrando que os designers são os elementos que ligam toda a equipa dentro de um negócio para conseguirem criar uma visão do futuro, com a capacidade de traduzir essa visão para um *output* tangível. Tornando o Design um elemento essencial no decorrer da Quarta Revolução Industrial.

Dependendo de cada maturidade e perceção do impacto, importância e necessidade do Design reflete nas políticas de Design que são implementadas pelos respetivos governos (Ferreira, 2009). O centro da atividade económica nos países desenvolvidos está a mudar da manufatura industrial para a criação de conhecimento e de serviços; atualmente, a inovação é uma estratégia de sobrevivência (Brown, 2009). Agora, não existe apenas a introdução de

¹³ RSA. (24 de abril de 2018). *Design and the Fourth Industrial Revolution*. Great Room Auditorium, RSA House. Obtido de: <https://www.youtube.com/watch?v=TLMK6carA-0>

novos produtos, mas sim processos, serviços e novas formas de comunicar e colaborar. Lynda Relph-Knight escreve no programa da União Europeia *Design For Europe* que o Design não beneficia apenas empresas, mas também pode beneficiar e ser vital para o sector público – incluindo o governo – visto que o “sonho do político” é a redução de custos, uso de recursos de forma mais eficaz e ter como objetivo determinados resultados.¹⁴

Na Europa as políticas do Design “encontram-se fragmentadas” e cada país promove a disciplina de formas diferentes (Ferreira, 2009, p.26). Um exemplo é o *Design Council* uma instituição independente de caridade, financiada pelo Ministério da Indústria e Comércio Britânico e conselheiro do governo britânico sobre Design. Foi fundado pelo governo de Winston Churchill em dezembro de 1944, com o objetivo de ajudar a economia a recuperar. O foco evoluiu tendo em conta a economia atual e as novas necessidades. No relatório *The Design Economy* (2018), mostra que em 2015, empresas no Reino Unido investiram £14.7 biliões em Design. Mais de 40% de entrevistados afirmam que o uso do Design nas organizações contribuiu para um aumento do volume de vendas, competitividade empresarial e aumento de *brand awareness/loyalty* (Benton, Miller, & Reid, 2018). No relatório *The Design Economy* mostra que em 2018 do *Design Council* mostrando a contribuição do Design e o valor para a economia do Reino Unido. Reportam que a economia no Design gerou £85.2 biliões em 2016 para o valor acrescentado bruto do Reino Unido. Entre 2009 e 2016, a economia no Design cresceu 52%, expandindo as suas atividades para indústrias como aeroespacial, automobilística e bancária - constituindo 68% deste valor. Em 2016, mais de 1.69 milhões de pessoas estavam empregadas em posições de trabalho de Design.

A União Europeia (UE) criou alguns programas para o apoio dos sectores de audiovisuais e media. De acordo com as informações divulgadas, o programa *Creative Europe*¹⁵ teve um budget de €1.46 biliões, mais 9% que outros. O COSME Programa da UE para Pequenas e Médias empresas, fundou em 2014 o WORTH, um projeto que tem como objetivo apoiar e criar uma rede de colaboração entre designers e outros criativos dos países da UE. Este teve um investimento de €2.3bn e terminará no ano 2020. Este programa oferece apoio de fundos aos projetos vencedores, para o sucesso da iniciativa na indústria criativa com produtos inovadores, com o objetivo de contribuir positivamente na vida das pessoas. “Um

¹⁴ Relph-Knight, L. (sem data). *How can design help the public sector?* Obtido de Design for Europe website: <http://designforeurope.eu/how-can-design-help-public-sector>. Acedido em: 5 de Maio de 2020

¹⁵ EU. (sem data). *About Creative Europe*. Obtido de https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/about_en. Acedido em: 5 de Maio de 2020

produto bem-sucedido permite que os negócios que o criaram cresçam, criando novas oportunidades de trabalho, fornecedores têm aumento de vendas e se o produto tiver em conta a sustentabilidade, este também terá um impacto a longo prazo no ambiente.”¹⁶

2.1.5 / Conclusão à Introdução ao Design e Gestão do Design

Enquanto que o Design é uma atividade de resolução de problemas, a Gestão de Design não só participa na atividade como também coordena processo de Design (Borja de Mozota, 2003). Como se pode verificar, o Design tem grande impacto tanto na economia, sector público, como em negócios; agregado a isso Best (2006) afirma que o Design Management é outro elemento extremamente importante de incorporar. Dentro de uma organização, a Gestão do Design está presente na comunicação da marca, nos produtos e serviços. Já fora da organização, o Design Management tem a habilidade de responder à pressão incremental às organizações por parte do governo e as atitudes perante a gestão local e recursos globais. Com estas exigências, a autora refere que se deve utilizar o Design Management como forma de organizar e maximizar todos os recursos que as empresas investem no departamento do Design. Com o aumento de opções, o mercado mostra exigências que a Gestão do Design conseguirá auxiliar ao desbloquear o potencial do Design de forma mais eficaz (Best, 2006).

Portanto, na segunda metade da segunda década do séc. XXI, o Design é internacionalmente reconhecido como área multidisciplinar do conhecimento que contribui ativamente para o bem-estar social, o aumento da rentabilidade das empresas e sector público, assim como o seu potencial de exportação. A sua função está definitivamente associada à inovação e à criatividade, responsáveis pela sustentabilidade económica das nações mais desenvolvidas, como o atestam os programas de desenvolvimento estratégico promovidos pela Comissão da União Europeia na última década.

Com isto, coloca-se a questão essencial, se o Design consegue ter esta influência na vida dos cidadãos e impacto na sociedade, será necessário criar alterações na divulgação e sensibilização da área, atualização da legislação, novos planos ou metodologias de ensino e será necessário averiguar a organização dos profissionais?

¹⁶ WORTH. (sem data). *The impact of design on the economy*. Obtido de <https://www.worthproject.eu/the-impact-of-design-on-the-economy/>. Acedido em 4 de Maio de 2020

2.2 | Responsabilidades do Designer

Entende-se por *Responsabilidade do Designer* as várias vertentes que o profissional deverá ter em consideração antes, durante e na implementação do projeto de Design com o objetivo de criar produtos e serviços que tenham impacto e resultados positivos. As vertentes que serão analisadas nesta dissertação serão a Responsabilidade Social e Profissional, Responsabilidade Artística, Responsabilidade Ética Profissional e Responsabilidade Ambiental.

O mundo está em constante mudança, sociais, históricas e tecnológicas. O Design tem de acompanhar essas mudanças, não pode ignorar o ambiente sociocultural que o rodeia. (Monteiro, 2004, p.27). Jet Gispén (2017), uma investigadora que desenvolveu *toolkits* acerca da Ética no Design para designer afirma que o Design tem grande influência na forma como as pessoas se comportam e vivem as suas vidas. Raramente existe uma reflexão do que uma boa solução implica, daí Gispén (2017) acredita que é necessário que os designers compreendam o impacto do seu trabalho e como o vão incorporar. Um exemplo de um juramento de responsabilidade no Design é o de Berman (2013), com o *The Do Good Pledge*, quatro princípios que os designers e outros profissionais devem aplicar no seu trabalho. Primeiro a ética, os designers devem ter os seus próprios juramentos, juntarem-se a associações e seguir as regras de conduta, tendo em conta a responsabilidade social que a profissão necessita. Depois os princípios do designer como profissional (Figura 11), onde cada designer deve ser guiados pelo que sabe que é correto,

encontrando uma solução que responda a todos. O terceiro, esforço, onde pede que os profissionais utilizem 10% do seu tempo para ajudar a “reparar o mundo”, desenvolvendo soluções mais sustentáveis. Por último, atuar agora (Berman, 2013, pp.146-155, tradução livre).

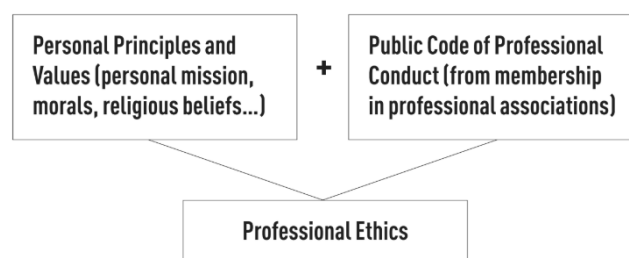


Figura 11 | Esquema de Ética Profissional

Fonte: Berman, D. (2013). *Do Good Design*. Berkeley: New Riders. p. 152

A maior parte das decisões têm implicações éticas ou morais (Papanek, 1984). Numa TED Talk, Sebastiaan Deterding¹⁷ fala sobre a persuasão moral utilizando o Design. Coloca quatro questões que tenta que cada designer reflita sobre o seu trabalho. Primeiro, quais são as intenções que o designer carrega quando usa o Design para algo. Depois pergunta quais são os efeitos, intencionais e não intencionais, que resultam do Design. Quais são os valores que estão a usar para julgar. E finalmente quais são as virtudes e/ou aspirações que ficam expressas no Design. Portanto, o designer deverá ter em conta o seu objetivo, a sua intenção e os efeitos que são previstos ou imprevistos, tanto a curto como a longo prazo, ao criar algo.

As soluções criadas devem ser baseadas na seguinte lista de regras, com base nos valores e crenças que regem as ações do designer (A. Cooper, Reimann, & Cronin, 2012, p.151-152, tradução livre). Os designers devem criar soluções que:

- Ético (atencioso, prestativo): não faça mal e melhore situações humanas;
- Finalidade (útil, utilizável): ajude os utilizadores a atingir seus objetivos e aspirações, acomodar contextos e capacidades do usuário;
- Pragmático (viável, praticável): ajude as organizações a atingir seus objetivos, acomodar requisitos comerciais e técnicos;
- Elegante (eficiente, astuto, afetivo): representa a solução completa mais simples, possui coerência interna (auto-reveladora e compreensível), acomoda e estimula adequadamente a cognição e a emoção.

2.2.1 / Responsabilidade Social e Profissional

Profissional de Design

Numa publicação acerca da Responsabilidade no Design de Joana Monteiro (2004), refere que o Design tornou-se um processo clínico, na medida em que é utilizado de uma forma que tem resultados precisos e maioritariamente previsíveis. “Agir como um profissional” numa área criativa não deve significar ignorar ideias pessoais, convicções e valores. No Design é necessário que haja pensamento crítico e inevitavelmente existe influência das experiências pessoais. Stanley Tigerman numa conversa acerca das responsabilidades do designer e

¹⁷ Deterding, S. (2011). *O que os nossos «designs» revelam sobre nós*. Obtido de https://www.youtube.com/watch?v=PYQ4V-Oc0ao&t=125s&ab_channel=TEDxTalks. Acedido em 3 de julho de 2020

arquitetos, afirma que as obrigações morais do designer são para todos, para si, para o cliente, para o utilizador e em particular para a sociedade (Heller & Vienne, 2003). É importante que os criativos tenham noções acerca de questões sociais, económicas, políticas e culturais como forma de transmitir mensagens que sejam valiosas para a sociedade.

Outra situação descrita por Papanek (1995), quando vivia em Toronto na década de 50, foi quando uma cliente pediu que uma sala de exposições “(...) pareça ter sido criada por [Frank Lloyd Wright]!” (Papanek, 1995, p.76, tradução livre). O designer não queria imitar o trabalho, mas ao mesmo tempo achava que não devia recusar a oferta. Lamenta a “falta de senso ético” e daí teve a sua primeira experiência negativa que o fez repensar a ética na área do Design. Afirma que quando um designer é confrontado com um projeto que é eticamente duvidoso vários dizem que apenas existe a opção de aceitar depois de refletirem ou rejeitam imediatamente. Um estudante pergunta se pode tentar dissuadir o cliente, explicando o porquê. A quarta opção será recusar o trabalho afirmando que o designer a quem querem que retirem “inspiração”, ainda que Papanek (1995) diga que o trabalho será pedido a outra pessoa, assim o designer perdeu dinheiro e ajudou um dos concorrentes.

“O designer deve estar consciente que o Design de comunicação é um canal poderoso (...), a forma como utiliza este poder é a sua responsabilidade, antes de ser responsabilidade do cliente que o contratou.” (Monteiro, 2004, p.30), qualquer projeto desenvolvido pelo criativo contém mensagens sociais ou mensagens políticas, por essa razão é imperativo que o profissional tenha consciência da mensagem pelo impacto que esta pode ter. A “Responsabilidade Responde ao Absurdo”, Michael Schmid (2003) mostra que o absurdo é a forma como as empresas utilizam o Design para manipularem o público e a arrogância com a qual lidam com as consequências (Heller & Vienne, 2003). Refere que existem problemas sistémicos na forma como nós, como sociedade, lidamos com a comunicação. Os designers analisam métodos, materiais e *trends*, mas nunca se questionam com os problemas sistémicos como por exemplo a globalização (Heller & Vienne, 2003). Um dos exemplos que dá é acerca da Propaganda. Esta é uma componente chave na guerra psicológica em vários momentos históricos, onde manipulam o adversário a comportar-se de forma diferente, fazer o que pretendem, vendo apenas a sua perspetiva e mais nenhuma. Existe uma linha tênue entre a persuasão e a informação, visto que a persuasão é mascarada como informação tanto na propaganda como no *branding* das empresas.

Já Stuart Ewen (2003), analisa qual é o papel do Design na glorificação do poder corporativo onde afirma que os designers veem o seu trabalho como um “dispositivo de venda” não tendo nenhuma ligação à ideia inicial de que o Design tem implicações sociais (Heller & Vienne, 2003). Na viragem do século, a profissão cresceu devido à produção em massa, consequentemente criando *outputs* de baixa qualidade. Nesta altura, perante a situação os designers acabam por tentar transformar esta perceção errada da área, reavivando a ideia de que o Design existe com implicações sociais. A ideia de que o Design é um “transmissor de valores” e que desapareceu em favor do que vende para as corporações. Acaba por se tornar uma profissão corporativa quando existe falta de um pensamento sistémico sobre o impacto que esta área tem socialmente. É utilizado para representar visualmente os interesses dos negócios. O autor sente que o Design se tornou uma forma de comunicação tóxica, é agora um instrumento na glorificação do poder corporativo. Ewen (2003) pede que haja uma reflexão sobre as nossas funções e as suas implicações no futuro (Heller & Vienne, 2003).

Participação na Sociedade

É essencial que os designers sejam bons cidadãos e que participem na construção do nosso governo e sociedade. Devem de usar os seus talentos e aptidões de forma a encorajar outros a participar (Heller & Vienne, 2003). Na obra mencionada a autora Katherine McCoy (2003), considera que um dos maiores problemas na área do Design é a autocensura. Afirma que somos instruídos a pensar que qualquer trabalho que envolva preocupações sociais ou política podem no futuro nos prejudicar ou serem considerados impróprios. Antes, o designer era considerado “um transmissor neutro da mensagem do cliente”, um designer “apolítico” produzindo de forma clínica um Design imparcial. A ideia do “ser profissional” tem um significado mais profundo na área criativa, onde há um distanciamento desapaixonado pela parte artística, da ética e dos valores políticos. McCoy (2003) questiona-se de como é que um pode atingir objetividade na sua profissão criativa sem deixar de parte as convicções pessoais. Se somos profissionais que resolvem e respondem às necessidades dos clientes, é imperativo considerar os problemas que estamos a aceitar, pois o Design não é neutro.

Susan S. Szenasy (2003) vê os designers como participantes ativos nas decisões das empresas, seja pelos recursos, tecnologias utilizadas e as ideias que se comunicam (Heller & Vienne, 2003). Têm um dever moral e uma obrigação para com os restantes seres. A escolha do designer com os materiais utilizados, seja o papel em que é impresso, o tecido das roupas,

os móveis que utilizamos ou os eletrodomésticos que precisamos, mostram que existe uma responsabilidade nas escolhas criativas. “Quando percebermos que bom design é design responsável, não iremos precisar de palavras para o descrever. Iremos apenas chamar de Design - uma atividade humana nobre e necessária.” (Heller & Vienne, 2003, p.24, tradução livre)

Neste seguimento de ideias, Anne Bush (2003) sente alguma inquietação na forma como a profissão de Design reconhece a noção de responsabilidade social, dizendo que esta é definida pelos designers como atos de generosidade ou ambientalismo (Heller & Vienne, 2003). Tendo o Design um papel importante na sociedade, o designer tem de ser praticado com uma visão real das consequências, ser um participante nos diálogos com o público. Estes diálogos estão assentes em contextos culturais e devem ser interpretados de forma cuidada. Esta responsabilidade é a habilidade de responder e compreender as ações e o contexto, ensinando o pensamento crítico. A educação no Design pode contribuir para uma sociedade participativa na medida em que prepara um cidadão que está envolvido e consciente. Na obra mencionada termina referindo que este entenderá a ramificação das suas ações, mas, no final das contas, terá sempre a opção de escolher.

Outro elemento marcante foi o Manifesto *First Things First* (Anexo B), publicado por Ken Garland em 1963 e revisto em 2000, declara a importância do Design para responder a necessidades sociais. Um manifesto que defende a preocupação social no Design Gráfico, contra o consumismo e a indústria da publicidade (Monteiro, 2004). Rick Poynor (2003), na revista *Emigre 51*, diz que o autor claramente que não estava a tentar mudar “sistema político e econômico subjacente” (Heller & Vienne, 2003, p.125). O mesmo autor expõe também que este manifesto foi divulgado numa altura em que o Design estava a ser aceite e a ficar mais forte a um nível global. Nos anos noventa, o Design começou a ser utilizado na vertente comercial e de marketing, tudo era “over-advertised” e “over-designed” o que levou os consumidores a “over-buying” (Heller & Vienne, 2003, p.95). Desta forma os designers gráficos ficaram automaticamente ligados à publicidade, criando um paradigma em relação às questões políticas e éticas. Julie Bagnat (2003) na obra *Citizen Designer* dá um exemplo, quando não serão os designers a trabalhar em estúdios de Design que estão a produzir projetos para empresas das quais não concordam? Qual é o seu papel durante a discussão e implicações dos projetos em causa? No manifesto acusam os designers de utilizar as suas habilidades numa visão fechada e de alguma forma consumista, no fundo querem que estes se questionem. Pedem que reflitam não só como podem fazer lucro, mas de que forma a cultura e comunidade podem ser um canal para criar ligações mais fortes. A artista pede que os designers se envolvam nas

suas comunidades dedicando-se a um bem comum, refletindo no nosso impacto como profissionais para melhorarmos relações e fortalecer a nossa sociedade.

Liberdade de Expressão e Plágio

Na Declaração Universal Dos Direitos Humanos - Artigo 19^o¹⁸ dita que “Todo o indivíduo tem direito à liberdade de opinião e de expressão, o que implica o direito de não ser inquietado pelas suas opiniões e o de procurar, receber e difundir, sem consideração de fronteiras, informações e ideias por qualquer meio de expressão.”. Em Portugal, antes do 25 de Abril de 1974, onde profissionais gráficos nos jornais utilizavam as páginas dos passatempos para passar mensagens políticas anti ditadura, como forma de defenderem valores políticos (Monteiro, 2004). Ainda assim, como McCoy (2003) também referiu, é frequente os designers não utilizarem as suas plataformas para defender determinados assuntos sociais (Heller & Vienne, 2003). Para Monteiro, se lhes fossem retirada a liberdade de expressão não iria fazer diferença visto que nunca a utilizam, pois “andam ao ritmo das instituições” (Monteiro, 2004, p.25).

Já quem tem uma perspetiva populista e crente na democracia radical é Maud Lavin (2003), querendo ver os designers a envolverem-se mais no seu trabalho, tanto no conteúdo como nas mensagens, de forma a terem uma participação ativa na sociedade (Heller & Vienne, 2003). Diz que o exercitar das vozes visuais é a chave para a sua visão de uma democracia radical, na medida em que dá ênfase à parte igualitária dos debates sociais e no governo. Ainda assim, reconhece que os designers, como os restantes cidadãos, “têm de pagar contas”, referindo que bastaria estes perceberem o seu poder na comunicação para o utilizarem em projetos ambiciosos e não-tradicionais. Para o autor, o Design Gráfico é um fascínio e uma frustração, pois os designers que trabalham para determinadas corporações são instruídos a fazer a empresa parecer perfeita, quando maior parte dessas instituições não o são. Seja por que motivos forem, o Design Gráfico corporativo acaba por tapar ou mascarar uma realidade completamente diferente. Explica que a crítica do Design tem de ser mais do que analisar biografias de designers ou análise de estilos e narrativas, têm de se colocar questões mais complexas sobre o poder e comunicação. Esta “crítica do design” deverá ser polémico nos

¹⁸ ONU (1948). *Declaração Universal dos Direitos Humanos*. Obtido de <https://dre.pt/declaracao-universal-dos-direitos-humanos>. Acedido em 5 de junho de 2020

olhos do autor neste ponto de viragem da história do Design - fazer perguntas sobre economia, poder, estilo e democracia. Atualmente o papel do designer consiste na produção de materiais para uma determinada empresa com determinada identidade visual, “(...) criando um padrão para o tipo de envolvimento que o designer acaba por seguir no seu percurso profissional” (Heller & Vienne, 2003, p.109, tradução livre) ficando presos à ideia normalizada de um designer.

Noutra perspetiva acerca do plágio, o autor Gunnar Swanson (2003) compara plágio a uma forma de roubo na obra *Citizen Designer*. Para o autor, este assunto é uma questão ética, na medida em que se insere no universo da conduta profissional. Ao questionar o porquê de o plágio ser errado, temos de saber o porquê de ser uma violação da ética profissional. A noção de plágio ser roubo centra-se no facto de haver uma associação entre o nosso trabalho como uma “propriedade” e daí termos posse de um determinado produto. Quando um designer se apropria de uma determinada forma ou ideia de um outro designer, é considerado plágio (Heller & Vienne, 2003). Um exemplo foi o trabalho de Paula Scher, que produziu um projeto para a *Swatch* que tinha semelhanças com um anúncio de Herbert Matter em 1930 para o turismo Suíço. A designer tinha autorização da mulher do designer falecido e pagou *royalties*, ainda assim muitos consideraram que o trabalho era apenas ligeiramente diferente e com autoria única de Scher. Onde é que a situação passa a ser “parte da linguagem”, sem a necessidade de ter algum tipo de crédito ao autor original? Se os profissionais de Design apenas se regerem por um “Código de Honra” será imperativo mostrar a diferença da nossa profissão das outras. Swanson (2003) acredita que o Design não é somente um produto final, mas sim um processo, o que torna toda a noção de plágio no Design muito mais complexa. Para além disso, o Design por norma costuma ser um processo coletivo, muitos elementos podem participar seja em melhoramentos ou contribuições. O autor remete a uma citação de James Souttar, onde o designer compara o Design à culinária, na medida que o plágio seria alguém comprar um prato de comida a um restaurante, levar para casa e servir aos convidados como sendo o chefe que o cozinhou (Heller & Vienne, 2003).

2.2.2 / Responsabilidade Ética Profissional

Uma das áreas da filosofia, a Ética reflete sobre os fundamentos e os princípios que regem a constituição das normas, propondo fins e ideais a realizar tendo em vista o aperfeiçoamento humano. Peter Singer (2000), um eticista, refere numa das suas obras: “A

ética exige que nos abstrairmos do eu e do tu e que cheguemos à lei universal, ao juízo universalizável, ao ponto de vista do espectador imparcial ou do observador ideal ou o que lhe quisermos chamar.” (Singer, 2000, pp. 25-26). Savater (2005), explica a diferença entre a Ética e Moral: “Moral é o conjunto de condutas e normas que tu, eu e alguns dos que nos rodeiam costumamos aceitar como válidas; ética é a reflexão sobre o porquê de as considerarmos válidas, bem como a sua comparação com outras morais, assumidas por pessoas diferentes.” (Savater, 2005, p.42). Na vertente profissional, existe a Deontologia (grego *deontos*/dever + *logos*) que designa a teoria moral do dever; refere-se também ao conjunto de deveres de um grupo profissional. Por consequente, Códigos Deontológicos, são normas que regem determinado grupo de profissionais.

A Deontologia Profissional consiste num conjunto de princípios e regras de conduta que estabelecem “correção de intenções e ações, em relação a direitos e deveres, entre uma profissão e a sociedade.” (Ferreira, 2009, p.29). Portanto, é um guia de cada designer para a forma como lidam com os clientes, a estrutura dos projetos, como desenvolvem o processo de Design e o valor final de um produto. Os Códigos de Ética são um conjunto de princípios de conduta dentro de uma organização que ajuda a guiar as decisões e comportamentos. Papanek (1995) considera que a base do pensamento ético realiza-se ao pensar de forma distanciada acerca do porquê do que os designers fazerem e das consequências do seu trabalho.

“Os Designers tendem a ver o seu trabalho como alheio à moralidade – eticamente neutral. Só precisam de fazer o melhor serviço possível, independentemente das suas crenças e valores morais, ou até das consequências que o seu trabalho possa ter.” (as cited in Ferreira, 2009, p.89) é a questão que Mário Moura (2009) coloca. Ferreira (2009) refere que a ausência de Responsabilidade ética durante a atividade profissional põe em causa o reconhecimento do Design. Na dissertação de Mestrado da Dra. Denise Ferreira (2009), nos inquéritos realizados mostra que na sua amostra de 212 inquiridos que 83% não exercem a sua atividade segundo um Código Deontológico. Portanto, será importante a aplicação de Códigos Deontológicos como forma de estruturar a área e orientar os profissionais no decorrer do exercício da profissão.

Pedro Brandão, na sua tese de doutoramento¹⁹, refere que os Códigos Deontológicos são uma consequência da “ascensão social das profissões e da liberdade económica instituída” (Brandão, 2005, p.55). Estes reúnem as normas de conduta para o exercício profissional. Dá o exemplo da área da Arquitetura, onde foi instituído um Código na França em 1895 e em Portugal em 1984, enquanto que outras “profissões do desenho” ainda não dispõem de nenhum. Diz ainda que existem outras partes da responsabilidade que acabam por regular uma profissão, como os contratos, leis da concorrência, lei civil e Direitos de Autor. Termina explicando que o termo *Ética Profissional*, o universo de valores, é o termo que abrange o código, normas e valores como se exerce a profissão.

No seguimento, questiona ainda qual é o fundamento ético da deontologia profissional: “O médico, o advogado, o professor, o arquiteto, devem estudar aquilo de que as pessoas com que se relacionam têm necessidade e satisfazê-lo. Deste modo, são transferidas para o campo moral a cientificidade e imparcialidade das profissões, como se tratasse de um serviço público: espera-se delas que façam o bem de um modo tal, que esta prescrição possa ser escrita num regulamento pessoal.” (Brandão, 2005, p.61). Acrescenta ainda que na história não há registo de uma profissão que responda às necessidades dos utilizadores que não detenha um código de conduta, sendo esta fulcral para a identidade do grupo. Por fim, refere que a educação do tema da *Ética profissional* não pode ser apenas ensinar os conhecimentos e normas deontológicas, mas sim a discussão e análise da prática.

Num documentário independente *Ethics for Design*²⁰ publicado online, onde são entrevistados 12 profissionais e investigadores da área, discutem o impacto do Design. Questiona-se a forma como os interesses dos designers e a importância dos produtos desenvolvidos por designers influenciam para bem ou para mal a sociedade. Referem que tendo em conta esta problemática chega-se a um dilema moral, visto



Figura 12 | Pirâmide de Hierarquia de Necessidades de Maslow

Fonte: Best, K. (2010). *The Fundamentals of Design Management. Em The Fundamentals of Design Management. p.42*

¹⁹ Brandão, P. (2005). *Ética e Profissões, no Design Urbano: Convicção, Responsabilidade e Interdisciplinaridade - Traços da Identidade Profissional no Desenho da Cidade*. (Tese de Doutoramento). Universidade de Barcelona.

²⁰ *Ethics For Design – Interactive Documentary*. Obtido de <https://ethicsfordesign.com/watch>. Acedido em 6 de fevereiro de 2020

que o designer tem em conta as suas economias, o interesse financeiro do seu cliente, e também, o bem-estar do utilizador. Com isso, dizem ser necessário criar uma conversa para que os designers reflitam e não fiquem indiferentes ao seu valor, papel e responsabilidade. Afirmam que a questão da ética é de extrema importância por ser um veículo para que os designers possam ganhar autonomia perante a sociedade. James William, um candidato doutoral em *Ética da Atenção* em Oxford, afirma que há algo que os designers podem fazer: consciencializarem-se de que há um problema. Os designers têm de tomar consciência do impacto que têm e devem arranjar formas de o quantificar, só desta forma é que podemos falar sobre o problema e responsabilizar as pessoas que o fazem errado. William conclui que há uma vaga noção de que algo está errado e é da responsabilidade dos designers e das empresas não só medir o valor que estão a ter, como também o valor que estão a dar às pessoas - incluindo os danos que o Design pode estar a causar. Refere que muitos veem a ética como um “travão à inovação”, mas o investigador vê como “um volante, ou até um acelerador.”. Já o designer francês Antoine Fenoglio pede que haja diálogo, porque no final de contas o papel do designer é isso mesmo, e diz ser o que funciona. A fundadora da IF em Londres, Sarah Gold, explica que numa comunidade em que damos muito valor ao *open-source*, é de extrema importância partilhar os resultados para que o impacto resultante não seja limitado no Design envolvente.

Um dos elementos para analisar a motivação do designer é a Pirâmide de Hierarquia de Necessidades de Maslow. É uma teoria da motivação humana onde Abraham Maslow revela que a estrutura enquadra “a mais direta ligação entre os valores, a criatividade, a beleza e o transcendental” (Papanek, 1995, p.76, tradução livre). No decorrer de uma criação artística ou processo de invenção, afirma que essa experiência está associada à autotranscendência e à perda de si-próprio.

Respect

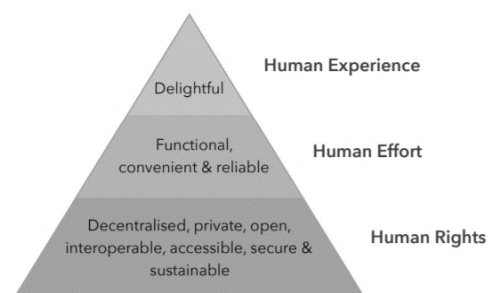


Figura 13 | Hierarquia de Necessidades no Design

Fonte: Indie. (sem data). *Ethical Design*. Obtido de <https://2017.ind.ie/ethical-design/>. Acedido em 10 de abril de 2020

Indie, uma pequena fundação de Design e tecnologia criada por Aral Balkan e Laura Kalbag, orgulham-se de praticar “Design Ético” no desenvolvimento de ferramentas para a segurança e privacidade na Internet. Com isto, criaram um manifesto baseado na Hierarquia de

Necessidades de Maslow, o *Ethical Design Manifesto*²¹. Aral explica que aplicando a Hierarquia no Design resulta nesta nova pirâmide onde a base é necessário criar produtos que sejam baseados na descentralização, privacidade, abertura, interoperabilidade, acessibilidade, segurança e sustentabilidade - de forma inclusiva e diversa, respondendo a necessidades de vários utilizadores de diferentes grupos respeitando os Direitos Humanos. Depois, o desenvolvimento de produtos que sejam funcionais, pertinentes e de confiança, porque há uma necessidade de respeitar o Esforço Humano. Por último, produzir resultados que encantem o utilizador de forma simples e intuitiva, porque assim respeita-se a Experiência Humana. O mais importante é respeitar as vidas dos utilizadores para quem os designers estão a criar, na medida em que só assim é que se cria bom Design, Design ético, Design que resulta.

2.2.3 / Responsabilidade Ambiental

Durante milénios observou-se pequenas mudanças no clima na Terra, das quais ditas normais tendo em conta a evolução natural, mas agora consegue-se visualizar uma evolução da temperatura do planeta a um ritmo exponencial. Mais de 97% de cientistas que estudam as alterações climáticas, afirmam que estes valores são devidos à atividade humana que produzem gases de efeito estufa, desde do século XX.²² De acordo com a NASA, a desflorestação para recolha de recursos a um ritmo maior do que a natureza consegue repor ou a queima de combustíveis fósseis utilizados na produção industrial são duas das ações que deram origem à situação atual.

A sustentabilidade é uma abordagem no Design que se foca nesses fatores ambientais, sociais e financeiros que têm implicações nos projetos (Shedroff, 2009). O autor menciona que o Design tem sido praticado com o foco na aparência, mas o Design nunca foi simplesmente o aspeto sendo também função, desempenho, usabilidade e sustentabilidade. A sustentabilidade foca-se em soluções eficientes e eficazes para o bem da sociedade e do ambiente. Refere ainda que empresas que são mais bem-sucedidas têm maior atenção ao seu impacto, conseguem aumentar margens de lucro e distinguir-se das restantes empresas. Desmistifica o mito de que

²¹ Indie. (sem data). *Ethical Design*. Obtido de <https://2017.ind.ie/ethical-design/>. Acedido em 10 de abril de 2020

²² Cook, J., Oreskes, N., Doran, P. T., Anderegg, W. R. L., Verheggen, B., Maibach, E. W., ... Rice, K. (2016). *Consensus on consensus: a synthesis of consensus estimates on human-caused global warming*. *Environmental Research Letters*, 11(4), 048002. <https://doi.org/10.1088/1748-9326/11/4/048002>

soluções sustentáveis custam mais, explicando que no início poderá custar mais, mas se o foco for em poupança de energia e eficiência de materiais, no fim custará menos dinheiro à empresa e resolverá problemas sistemáticos.

Portanto, Shedroff (2009) menciona que os designers são parte do problema e parte da solução, na medida em que vários *designs* já criaram grandes complicações - ainda que tenham tido as melhores intenções -, acabando com resultados que pioraram uma situação. Muitos são complacentes com colegas de engenharia e *marketing* que pretendem desenvolver produtos de baixa qualidade, má usabilidade e pouca longevidade. Mesmo assim refere que qualquer solução sustentável continua a ser um impacto negativo, pois estaremos a produzir.

Assim, primeiro os designers têm de compreender que a sustentabilidade requer estratégias e soluções. Depois, os profissionais têm de utilizar estas estratégias no seu trabalho divulgando a mensagem com colegas nas empresas, *stakeholders* e clientes. Ao longo do tempo esta metodologia será natural e entrará no processo - eventualmente fará parte dos valores e missão das empresas. O Nathan Shedroff (2009) foca-se no papel dos designers quando mencionamos os quatro R's: reduzir, reutilizar, reciclar, reparar, e no fim, o processo. Ao longo do livro refere que é no Design que começa a mudança para que se encontre estratégias para a redução de materiais ou utilização de materiais conscientes (que causem o menor impacto possível), soluções para que os produtos durem mais tempo ou tenham outros usos quando tiverem o seu fim de vida útil, e para além de reduzir o impacto os designers devem repensar os sistemas já implementados para que se atinja resultados ainda mais positivos. Afirma que os designers devem envolver-se nas discussões estratégicas para compreender o que o mercado oferece para que possam ter o maior impacto. Por fim, o processo o autor quer que se compreenda as estratégias implementadas e de forma é que as poderemos implementar no dia-a-dia de forma a conseguir ter resultados mensuráveis.

No seguimento das mudanças ambientais e da forma como as empresas escolhem atuar, Papanek (1984) mostra que é de extrema importância que os designers tenham consciência daquilo que criam e qual é a intenção das suas escolhas. Diz que os designers têm responsabilidade ética dentro da sociedade durante o desenvolvimento de um produto, pondo em hipótese se devemos dar resposta ao cliente/empresa, ou se deveremos fazer o que é melhor para a sociedade e o ambiente. As empresas e designers examinem o ciclo de criação de um produto, conseguirão encontrar novas oportunidades de inovação, reduzindo o impacto no ambiente (Brown, 2009). Já a autora Véronique Vienne (2003), considera que esta é a

oportunidade de os designers poderem finalmente “abrir as asas” e criarem soluções que beneficiam todos os *stakeholders*. Tendo em conta estas mudanças climáticas que coletivamente provocamos, designers e criativos têm a responsabilidade de tentar contribuir com soluções (Heller & Vienne, 2003).

Numa entrevista com Kalle Lasn, Véronique Vienne (2003) no livro *Citizen Designer* questiona-o acerca do código de ética publicado pelo Instituto Americano de Artes Gráficas (AIGA). Lasn considera importantes os padrões éticos, mas neste momento há uma necessidade maior de ter um ângulo mais abrangente acerca do verdadeiro custo do Design. Este custo pode ser o custo ecológico ou as consequências psicológicas que a profissão tem, sendo imperativo delinear um plano para minimizar os danos potenciais. Analisar o impacto do que o designer produz, seja para o ambiente com a produção de determinado produto que é poluente calculando o tempo de vida e a poluição que irá gerar ou psicologicamente com mensagens de marketing sobrecarregando os consumidores com informação. Não podemos contar com o público para obrigar estas equipas a ter padrões éticos. É extremamente importante a nossa profissão ter o seu próprio código.

Inteligência Ecológica

Devido a esta pressão que advém do impacto ecológico, as empresas começaram a mascarar estas realidades com forma de se colocarem numa posição mais favorável no mercado. Joseph Stiglitz (2003), vencedor do prémio Nobel em Economia, denomina esta desproporção de informação entre empresas e o consumidor como “Assimetria de Informação” (Heller & Vienne, 2003). Quando o vendedor sabe mais do que o consumidor, o mercado deixa de ser justo e eficaz. A informação tem valor; conhecimento é poder no mercado. A problemática na vertente de informação é o *greenwashing*. O termo denota querer vender um produto como sustentável, quando na realidade a informação que estão a querer passar ao consumidor não é apoiada por nenhum facto. Desta forma, os consumidores irão se sentir traídos quando se aperceberem da veracidade da situação. Para além disso, está a implicar que outras marcas que têm boas intenções, não sejam valorizadas (Heller & Vienne, 2003).

Schmid (2003) na obra *Citizen Designer* pede para cessar a manipulação de informação com empresas que são poluidoras com *greenwashing*, pois a audiência é mais do que um público-alvo. Com esta iniciativa o autor quer que os designers se coloquem na posição do

cliente, compreender o impacto destas mensagens no consumidor. Afirma que ativismo social está no mesmo patamar de responsabilidade global. O que “nós” fazemos como designers está cada vez mais a tornar-se num ato global. Kalle Lasn (2003) considera que o “greening” - um tipo de *greenwashing* - é extremamente relevante sendo que esta técnica é utilizada maioritariamente por empresas que são o oposto do que pregam. Especialmente corporações gigantes, não existe uma preocupação com o ambiente, mas sim com a percepção dos consumidores sobre a empresa (Heller & Vienne, 2003).

Ao comprar um produto, esse não só vem com um preço de compra, mas com um preço do impacto que irá causar no planeta. A Inteligência Ecológica, é à capacidade coletiva da população compreender estes impactos negativos nos ecossistemas, e por consequência, arranjar forma de melhorar as suas atitudes (Goleman, 2010). O autor Daniel Goleman (2010) quer, coletivamente, que haja uma aprendizagem dos impactos da nossa forma de viver. Se as empresas e a atividade industrial estiverem dispostas a transmitirem toda a informação agregada a um produto, pode ser criado um mecanismo perfeito para ultrapassar o nosso estado crítico de desinformação.

Para conseguir formular todo este projeto de investigação, Goleman (2010) utilizou uma disciplina emergente nas últimas duas décadas, a Ecologia Industrial - composta pela área química, física e engenharia agregadas à ecologia. Tem o objetivo ao desenvolver investigações, analisar o impacto na natureza de objetos fabricados pelo Homem. Reconhece a Avaliação do Ciclo de Vida (*Life-Cycle Assessment* ou LCA), um método que consegue desconstruir sistematicamente qualquer objeto que seja manufacturado, e consequentemente o impacto na natureza desde o início da produção até se tornar lixo.

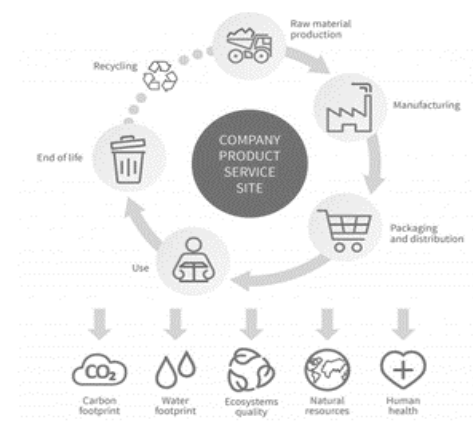


Figura 14 | Avaliação e Resultados do Ciclo de Vida de um Produto

Fonte: Ecoinvent. *Life Cycle Thinking*. Obtida de www.ecoinvent.org/database/buy-a-licence/why-ecoinvent/life-cycle-thinking.html. Acedido em 5 de março de 2020

O autor alerta que quando compramos um produto não temos a informação detalhada do fabrico, materiais usados, quantia de energia utilizada, qual o tipo de poluição que produziu e as toxinas que irá libertar na sua decomposição. Mesmo que queiramos fazer uma boa escolha para o ambiente, nunca saberemos as consequências das nossas ações, por falta de informação

disponibilizada. Devemos ter em conta, como designers, de que forma podemos limitar os impactos, numa vertente de obrigação moral.

Em suma, o primeiro passo de acordo com o autor, é assumirmos a responsabilidade pelo impacto no planeta de cada escolha que fazemos. A isto, chamamos a inteligência ecológica, agregar conhecimento sobre os efeitos que o homem faz no ecossistema. O passo seguinte, aplicar a transparência radical, onde a sociedade irá pressionar as empresas a divulgarem toda a sua informação sobre a sua manufatura, condições de segurança e saúde durante o processo de fabrico dos produtos. Ao divulgar essa informação, será processada por terceiros de forma a que não seja influenciada. Assim, os consumidores desenvolverão interesse em informar-se e comprar apenas os produtos que são sustentáveis.

2.2.4 / Conclusão Responsabilidades do Designer

Todos os elementos mencionados acerca da Responsabilidade na profissão apontam para a educação dos jovens designer como o ponto essencial na formação de designers conscientes.

Ensino da Responsabilidade

Quanto ao ensino Papanek (1995), reforça a importância de aprender os dilemas éticos da profissão durante a educação profissional. Mostra que o designer aprende sobre tecnologia, métodos, técnicas, mas ao mesmo tempo “somos levados a considerarmo-nos artistas” (Papanek, 1995, p.58, tradução livre). A ideia do Design centra-se de como se pode desenvolver projetos funcionais e agradáveis. Mas os designers querem sempre diferenciar-se levando “(...) a uma repetição infinita e afetada de maneirismos estilísticos, modificados por incursões frequentes ao passado” (Papanek, 1995, p.58, tradução livre). Para o autor a intenção do objeto e a intenção do designer devem refletir se o Design irá ajudar o meio ambiente, se irá facilitar a vida de minorias e se alivia/responde a uma dor.

Na vertente do Design Gráfico, Katherine McCoy (2003) afirma que é uma ferramenta poderosa com capacidade de informar, publicitar. Ao mesmo tempo que é capaz divulgar matéria comercial também é capaz de disseminar propaganda social, ambiental e política (Heller & Vienne, 2003). A autora considera ser importante ensinar logo no início do seu percurso académico. Não pode ser apenas mencionado mais tarde, quando o estudante já

demonstra desapego, uma atitude fixada na neutralidade. É uma defensora na produção de uma geração de designers conscientes e preocupados com o ativismo para que inspirem outros cidadãos a serem ativos, informados e participantes preocupados. “Demasiadas vezes os nossos graduados e os seus trabalhos emergem de um manequim charmoso, sem vozes apenas ventríloquos para a mensagem do cliente. Deixem-nos dar voz aos designers de forma a que estes possam participar e contribuir de forma integral no mundo que os rodeia.” (Heller & Vienne, 2003, p.8).

Noutro momento, num artigo²³ do professor Steven McCarthy, durante uma conferência, afirma que os professores devem ser os primeiros a mencionar que a área de Design é uma responsabilidade e um privilégio. Para o professor, existe uma necessidade de reiterar o quão importante é o ensino para criar designers responsáveis. Ou seja, “Os estudantes de Design têm de compreender que fazem parte de um sistema onde produtos são produzidos, utilizados e descartados; isto significa, que as consequências negativas dos objetivos também os afetam.” (Haug, 2017, p.7, tradução livre).

Durante a *DDC Conference*²⁴ no dia 24 de junho de 2020, realizada pela UNIDCOM-IADE, a Professora Geke Ludden realizou a sua *talk* acerca de *Design Health and Behaviour*, onde refere que é de extrema importância utilizar metodologias, ensinar responsabilidade aos estudantes e envolvê-los nos projetos mostrando as implicações do nosso trabalho na sociedade. Ao envolver os estudantes em projetos reais, poderemos influenciar positivamente o seu comportamento e incentivar o cuidado e responsabilidade durante os projetos.

²³ McCarthy, S. (2010). *Who's responsible? We need to redefine the ethical implications of design*. EyeMagazine. Obtido de <http://www.eyemagazine.com/blog/post/whos-responsible>. Acedido em 23 de agosto de 2020.

²⁴ Ludden, G. (2020, junho). *Design Health and Behaviour*. Comunicação apresentada na UNIDCOM-IADE DDC Conference, Lisboa.

Remetendo à figura 15 acerca dos três elementos que compõem um designer ético de Haug (2016), o autor escreve que a maioria dos designers não criam objetos sustentáveis devido à falta de conhecimento de como criar soluções “melhores” e não pela falta de habilidade ou ambição. Desta forma conclui que é prioritário que os estudantes tenham a intenção de tornar a fazer objetos sustentáveis. Ainda assim, reforça que não se deve influenciar as intenções dos estudantes. Portanto, os professores devem ilustrar as consequências da produção de objetos, dando-lhes assim o conhecimento necessário para tomarem as decisões responsáveis e conscientes.

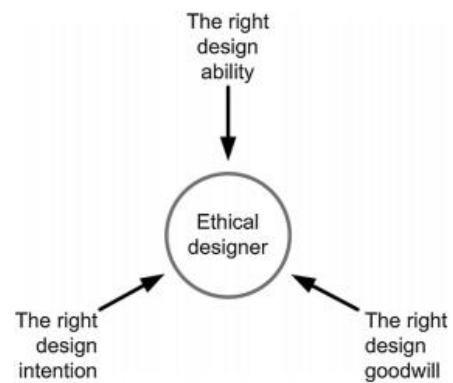


Figura 15 | Elementos de um Designer Ético

Fonte: Haug, A. (2016). *Educating ethical designers. International Journal of Technology and Design Education*, 27(4), 655–665. doi:10.1007/s10798-016-9367-y

Em conclusão, nas palavras de Tim Brown (2009), o designer como individual ainda que possa ter uma determinada intenção não pode prever o uso do seu trabalho, não pode ignorar o sistema, deverá também ter em conta outras formas negativas como poderá ser aplicado (Brown, 2009). Para Joana Monteiro (2004) diz que é a responsabilidade do profissional realizar um bom trabalho e “difundir os valores essenciais em defesa da sociedade que faz parte, partindo do princípio que o designer é um indivíduo com consciência social, que defende os direitos humanos, com preocupações ecológicas e a favor da liberdade.” (Monteiro, 2004, p.35). Portanto, todos os designers são responsáveis pelo trabalho que divulgam. Ainda assim, Mike Monteiro²⁵ refere que quando um designer é contratado por uma empresa está a ser contratado também para avaliar o impacto do trabalho desenvolvido - incluindo eliminar qualquer impacto negativo identificado durante o processo criativo. Acrescenta ainda que a forma como um designer trabalha influencia a restante comunidade de designers - incluindo trabalho gratuito, plágio, etc. O designer deve trabalhar com a comunidade em mente.

²⁵ Monteiro, M. (2017). *A Designer's Code of Ethics*. Obtido de <https://deardesignstudent.com/a-designers-code-of-ethics-f4a88aca9e95>. Acedido em: 17 de março de 2020

2.3 | Direitos do Designer

Neste capítulo serão analisados documentos relacionados com a legislação que protege os designers no decorrer no seu percurso profissional geral como cidadão. Primeiro a legislação em Portugal, onde será analisado excertos relevantes da Constituição República Portuguesa, o Código de Trabalho e depois a Propriedade Intelectual – já analisando na vertente de designer. De seguida, realizar-se-á uma pesquisa acerca da Atividade do Design em Portugal. Neste subcapítulo será investigado a Atividade do Design em Portugal, incluindo as organizações de representação e regulação informal da área.

2.3.1 | Direitos do Profissional

Legislação em Portugal

Quanto à legislação portuguesa há dois documentos relevantes para a proteção dos trabalhadores, a Constituição República Portuguesa e o Código do Trabalho. Nestes estão designados os princípios básicos dos direitos e deveres de ambas as partes. Em maior parte dos países, existe uma legislação para proteger os *designs* e prevenir que as criações sejam replicadas ou exploradas sem autorização do autor. Best (2006) clarifica que os Designers normalmente detêm Direitos de Autor (*Moral Rights*) a um determinado design, e cobram ao cliente um honorário para que o possa utilizar (Best, 2006). Para usos múltiplos de um design, deverá ser delineado um contrato que explicita os termos de utilização. Outra forma de proteção é a Propriedade Intelectual que consiste no registo da propriedade nacional ou internacional, ou em determinados setores de negócio. Estes processos de proteção conseguem prevenir longos casos em tribunal e também poderão com a Propriedade Intelectual gerar fluxos de receita.

Perante o crescimento da comunidade de Design nos últimos 50 anos, coloca-se a questão: como são protegidos os designers e onde é que o Design é mencionado na legislação portuguesa? Os documentos que serão analisados são a Constituição República Portuguesa, Código do Trabalho, Código de Direito de Autor e Código da Propriedade Industrial. É de notar que como mencionado anteriormente, a tese da Dra. Denise Ferreira (2015) analisa de forma mais aprofundada os elementos da legislação da Propriedade Industrial e de Direito de Autor. Por essa razão, procura-se evitar a repetição de conhecimento já publicado, tendo como objetivo uma breve análise dos elementos.

Proteção do Trabalhador

Analisando a Constituição República Portuguesa, no Título II, Capítulo III *Direitos, liberdades e garantias dos trabalhadores*, refere todos os artigos da Constituição da República Portuguesa que protegem os direitos dos trabalhadores. Primeiro, o artigo 53.º afirma que existe a garantia de segurança no emprego e proíbe o despedimento sem justa causa ou por motivos políticos/ideológicos. O artigo 55.º a 57.º, refere que os trabalhadores têm direito de criar comissões para defesa dos seus interesses, a liberdade sindical e direito à greve.

Subsequente, no Título III, Capítulo I *Direitos e deveres económicos* refere o primeiro artigo, 58.º, refere que todos têm direito ao trabalho e igualdade de oportunidade. No artigo seguinte, com o nome *Direitos dos trabalhadores* diz:

1. Todos os trabalhadores, sem distinção de idade, sexo, raça, cidadania, território de origem, religião, convicções políticas ou ideológicas, têm direito:

a) À retribuição do trabalho, segundo a quantidade, natureza e qualidade, observando-se o princípio de que para trabalho igual salário igual, de forma a garantir uma existência condigna;

(...)

d) Ao repouso e aos lazeres, a um limite máximo da jornada de trabalho, ao descanso semanal e a férias periódicas pagas;

(...)

2. Incumbe ao Estado assegurar as condições de trabalho, retribuição e repouso a que os trabalhadores têm direito, nomeadamente:

a) O estabelecimento e a atualização do salário mínimo nacional, tendo em conta, entre outros fatores, as necessidades dos trabalhadores, o aumento do custo de vida, o nível de desenvolvimento das forças produtivas, as exigências da estabilidade económica e financeira e a acumulação para o desenvolvimento;

b) A fixação, a nível nacional, dos limites da duração do trabalho;

(...)

Portanto, os direitos dos trabalhadores incluem um salário que seja uma retribuição justa e adequada tendo em conta o trabalho executado, articulação da atividade profissional e

a vida familiar, limite de duração de trabalho, direito a descanso semanal e definição de um salário mínimo atualizável.

Já no Código do Trabalho, a Lei nº7/2009, na *Subseção III Igualdade e não discriminação Divisão I - Disposições gerais sobre igualdade e não discriminação*, no artigo 23º a 28º é referido que a igualdade de oportunidade e tratamento quanto ao acesso, formação ou condições de trabalho não pode ser influenciado por qualquer motivos discriminatórios, e caso o seja o trabalhador lesado tem direito a uma indemnização. No artigo 129º com o título “Garantias do trabalhador” indicam as proibições do empregador incluem que o empregador não pode prejudicar o trabalhador caso este exerça os seus direitos (despedimento, sanções) e transferir o trabalhador ou cessar o contrato com o objetivo de prejudicar.

Proteção no Design

Propriedade Intelectual

No momento em que uma invenção é criada, esta pode ser protegida, tornando o titular da invenção o único que a poderá utilizar, reproduzir ou dar autorização para serem efetuadas cópias ou reproduções.²⁶ Com isto, a legislação em Portugal refere que a Propriedade Intelectual engloba dois grupos, os Direitos de Autor e Direitos Conexos e a Propriedade Industrial.

Para o Direito de Autor e Direitos Conexos aplica-se o *Código do Direito de Autor e dos Direitos Conexos*, já para a Propriedade Industrial aplica-se o *Código Da Propriedade Industrial*. Tendo em conta que os Direitos Conexos são os direitos que a lei atribui aos artistas e aos produtores (filme ou música) e aos

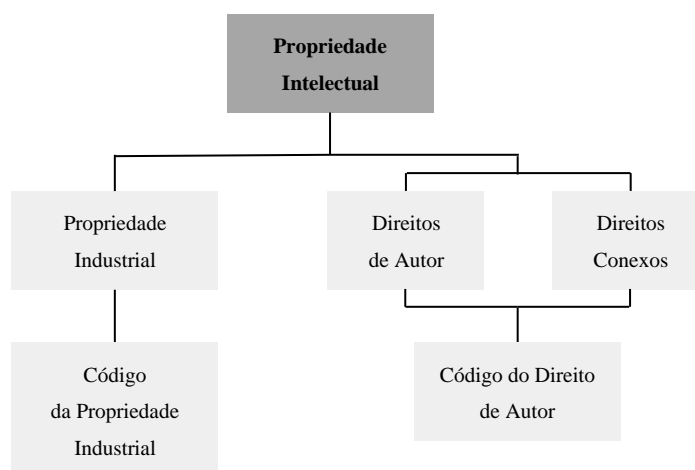


Figura 16 | Sistema da Propriedade Intelectual

²⁶ UE. (2020). *Direitos de propriedade intelectual*. Obtido de https://europa.eu/youreurope/business/running-business/intellectual-property/rights/index_pt.htm. Acedido em: 5 de agosto de 2020

organismos de radiodifusão, não será analisado no âmbito da dissertação em questão. Assim, a “Propriedade Industrial confere proteção a invenções (patentes e modelos de utilidade), criações estéticas (design) e sinais distintivos de produtos e empresas no mercado (marcas e logótipos)” (Ferreira, 2009, p.85).

No Reino Unido, o *Design Council* no Relatório de 2018²⁷, afirmam que cada vez é mais desafiante sustentar um sistema legal da Propriedade Intelectual que seja fácil, flexível e de confiança tendo em conta o contexto global em rápida mudança. Registaram um aumento de 46% de registos entre 2015 e 2016 no *UK Intellectual Property Office*, mas com a *World Intellectual Property Office* (WIPO) os ingleses tiveram um decréscimo de 58% desde 2000 - sendo a Itália o país com maior decréscimo do G20. Uma das hipóteses que o relatório propõe é que poderá haver um menor conhecimento da WIPO por parte dos cidadãos, ou, os bens e serviços estão a ser exportados para fora da União Europeia. Por último, afirmam que tendo em conta a situação do *Brexit*, irão investigar mais para garantir que não prejudique o comércio internacional.

Propriedade Industrial

A propriedade industrial é o termo que define as criações intelectuais que são abrangidas por direitos de utilização, produção e comercialização exclusiva a determinada entidade. De acordo com o *Código da Propriedade Industrial* (DL n.º 110/2018, de 10 de dezembro) referente ao Título I, Capítulo I, Artigo 1.º *Função da propriedade industrial*, dita que: “A *propriedade industrial desempenha a função de garantir a lealdade da concorrência, pela atribuição de direitos privativos sobre os diversos processos técnicos de produção e desenvolvimento da riqueza.*”

O Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) é o organismo do Ministério da Justiça que aplica o *Código da Propriedade Industrial*, assegurando a atribuição e proteção dos direitos de propriedade industrial registada em Portugal.

Desde 1998 com a publicação da Diretiva 98/71/EC do Parlamento Europeu relativa à *Proteção Legal de Desenhos e Modelos* e do Regulamento N.º6/2002 referente aos *Desenhos*

²⁷ Benton, S., Miller, S., & Reid, S. (2018). *The Design Economy 2018*. 163. Obtido de <https://www.designcouncil.org.uk/resources/report/design-economy-2018>

ou *Modelos Comunitários* em 2002, que não terá sido realizada mais nenhuma análise global da legislação acerca da proteção de desenhos e modelos.²⁸ Tendo em conta “a crescente importância económica da proteção do design para incentivar a inovação e desenvolvimento de novos produtos (...), há uma maior necessidade de proteção legal acessível, moderna, eficaz e consistente para a proteção dos direitos de design na UE.”²⁹

Como desde então não foi realizada outra avaliação da legislação, entre 18 de dezembro de 2018 e 30 de abril de 2019, a Comissão Europeia realizou uma consulta pública a todos os *stakeholders* como setores de indústria, negócio, designers, setor judiciário e público geral acerca da atual legislação de UE da proteção de desenhos e modelos. A recolha de provas e opiniões realizou-se através de um questionário de escolha múltipla dividida em dois estudos: em 2015 da vertente económica e 2016 da legal. Esta peritagem ajuda a Comissão a verificar as lacunas, onde poderão modernizar a estrutura e futura compatibilidade dos atos jurídicos. Para consulta pública, está disponível os resultados obtidos através do questionário, mas a versão final dos resultados da avaliação só estará disponível no final de 2020.

Direitos de Autor

A Inspeção-Geral das Atividades Culturais (IGAC) é a entidade responsável pela regulação dos Direitos de Autor em Portugal. De acordo com a IGAC, o Direito de Autor, regula a proteção das obras e criações intelectuais, nomeadamente obras literárias, científica ou artística original.³⁰ Nestes casos o autor ou autores, beneficiam automaticamente da proteção dos direitos de autor.³¹ Alguns exemplos de criações abrangidas pelo *Código do Direito de Autor*: um artigo científico, um filme, uma canção ou uma escultura. Portanto, o Direito de Autor confere a proteção a obras de criação intelectual que sejam exteriorizadas, isso inclui obras de Design (Ferreira, 2009).

28 INPI. (2019). *Avaliação da legislação da UE em matéria de proteção de Design*. Obtido de <http://inpi.justica.gov.pt/Noticias-do-INPI/Avaliacao-da-legislacao-da-UE-em-materia-de-protecao-de-Design>. Acedido em 16 de agosto de 2020

29 Comissão Europeia. (sem data) *Evaluation of EU legislation on design protection*. Obtido de ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/1846-Evaluation-of-EU-legislation-on-design-protection/public-consultation. Acedido em 2 de agosto de 2020.

30 IGAC. (sem data). *História do direito de autor*. Obtido de www.igac.gov.pt/historia. Acedido em 16 de agosto de 2020

31 UE. (2020). *Direitos de propriedade intelectual*. Obtido de europa.eu/youreurope/business/running-business/intellectual-property/rights/index_pt.htm. Acedido em 2 de agosto de 2020.

Na ficha informativa divulgada pela União Europeia (UE)³² nos países da UE, os direitos de autor protegem a propriedade intelectual durante 70 anos após a morte do criador ou criadores (do autor ou em caso de coautoria de uma obra, o último autor sobrevivente). Nos países que estão fora da UE, caso tenham assinado a *Convenção de Berna*, a proteção dos direitos de autor poderá variar, mas no mínimo será 50 anos após a morte do autor. Na mesma ficha publicada pela UE, dita que esta proteção confere os seguintes direitos:

- Direitos Económicos – controlo sobre a sua obra e remuneração resultante da respetiva utilização mediante a venda ou a concessão de licenças;
- Direitos Morais – direito de reclamar a autoria (direito de atribuição) e de recusar uma alteração da obra (direito à integridade).

Ideias não poderão obter proteção do Código de Direitos de Autor. Para proteger essas ideias, terão de ser exteriorizadas de alguma forma. Portanto, os Direitos de Autor protegem os seguintes elementos:

- Obras literárias, artísticas e científicas;
- Programas e *Software* de computadores, bases de dados;
- Filmes, composições musicais, e coreografias;
- Obras artísticas como pinturas, desenhos, fotografias e esculturas;
- Arquitetura, mapas, planos, desenhos técnicos;
- Esboços e trabalhos tridimensionais relativos a geografia e topografia;
- Arquitetura ou ciência;
- Publicidade, por vezes aplicada a arte;
- Panfletos, material comercial, *slogans*, brochuras e manuais de utilizador.

32 The European IPR Helpdesk. (2017). *Fact Sheet: Copyright essentials*. 1–14. Obtido de www.iprhelpdesk.eu. Acedido em 2 de agosto de 2020.

1.4. Copyright and other IPRs

	Pros	Cons
Copyright	<ul style="list-style-type: none"> • Automatic protection • No registration costs • Moral rights can be perpetual • Long-term protection for economic rights • Software and databases can also be protected by copyright 	<ul style="list-style-type: none"> • Requirement to qualify as a work • No priority • 20 years protection for neighbouring/related rights¹⁸ • There may be some extra requirements for designs to be copyrighted in some countries¹⁹
Patents	<ul style="list-style-type: none"> • Exclusive rights • 12 months priority • Stronger protection 	<ul style="list-style-type: none"> • Costly and lengthy procedures • 20 years protection • Disclosure requirement • Extra requirement for software to receive European patent protection²⁰
Industrial designs	<ul style="list-style-type: none"> • 3 years protection for unregistered designs • 6 months priority • Harmonisation at EU level • Some harmonisation at international level²¹ 	<ul style="list-style-type: none"> • Maximum non-renewable 25 years protection for registered Community designs²² • No renewable protection for unregistered Community designs
Databases²³	<ul style="list-style-type: none"> • Exclusive rights • Secure protection 	<ul style="list-style-type: none"> • No priority • EU right only • 15 years protection²⁴
Trade marks	<ul style="list-style-type: none"> • Renewable indefinitely for periods of 10 years • 6 months priority • Harmonisation at EU level • Some harmonisation at international level²⁵ 	<ul style="list-style-type: none"> • Obligation to use²⁶

Figura 17 | Prós e Contras dos Direitos de Autor e Outros

Fonte: *European IPR Helpdesk. (2017) Fact Sheet - Copyright essentials. p. 6*

Portanto, com o quadro pode-se verificar os prós e contras de cada tipo de proteção existente na União Europeia. Esta informação tem como objetivo simplificar a escolha de qual método de proteção que deve ser escolhido para cada situação.

Desta forma, o designer muitas vezes terá de fazer registo de vários direitos na medida em que a sua criação pode exigir mais que uma modalidade de registo. Por exemplo, caso um designer projete um produto com determinadas características físicas terá um registo de “Desenho ou Modelo”; já se o designer projetar uma marca e logotipo para o produto terá também de realizar o registo de “Marcas e Logótipo”. Ferreira (2009) menciona que o INPI e o IGAC aconselham os designers a realizarem os dois registos (Direito de Autor e a Propriedade Industrial) nos seus projetos, mas esta acaba por prejudicar os profissionais devido ao custo que cada registo acarreta.

Durante as entrevistas realizadas por Ferreira (2009) foi possível averiguar duas situações opostas. Metade das empresas (que têm uma vertente de Design) entrevistadas dizem não ter preocupação com a Propriedade Intelectual devido ao desconhecimento sobre como efetuar o registo, quais são as vantagens de o fazer, ser uma “barreira” no relacionamento que

a empresa tem com o cliente, não compensar e por último não acreditarem que o registo irá proteger a empresa. No seu inquérito, com 212 respostas, foi possível verificar que existe desconhecimento acerca das entidades responsáveis pela Propriedade Intelectual, com apenas 18% de respostas corretas.

Na entrevista com o Professor Dr. Nuno Sá Leal³³, afirma que o Design não está claramente referido em qualquer documento da legislação portuguesa. O mesmo aconteceu na entrevista com a Dra. Denise Ferreira, dizendo que “a lei não corresponde em nada, ou pouco corresponde, ao que a profissão de designer é.”³⁴. Ferreira (2015) é referido que as normas da Propriedade Intelectual mencionam apenas características formais e da aparência dos objetos, o que acaba por ser necessário aplicar vários tipos de proteção. Acrescenta que a lei é formulada por legisladores e juristas que fazem parte da área do Direito, daí haver lacunas durante a enunciação. Um dos resultados que obtive foi o fato de que 66,1% dos participantes afirmam que não protegem as suas obras por motivos financeiros ou por desconhecimento de como o fazer. Por essa razão, Ferreira diz que é fundamental que em Portugal haja uma atualização das legislações e que se formem designers que tenham independência durante o seu percurso profissional com conhecimento sobre a matéria.

2.3.2 / Atividade do Design em Portugal

Como referido anteriormente, a área do Design ainda é pouco compreendida, e por consequência a profissão, a legislação e papel do designer segue o mesmo caminho. A intervenção do designer dentro das organizações acaba por ser abafada por outros como arquitetos, consultores de imagem ou desenhadores – acabando por ser interpretado de forma incorreta (Gomes, 2003). Apenas em 2007 a profissão de designer foi reconhecida como atividade com o “Código 1336” no Código do IRS, com o código “74100 - Atividades de Design” na Classificação Portuguesa das Atividades Económicas (CAE), na Divisão “M -

³³ Entrevista ao Dr. Nuno Sá Leal. (5 de junho de 2020). *Entrevista Dr. Nuno Sá Leal_Transcrição.pdf*. Disponível em:

<https://drive.google.com/drive/folders/1ykJ1ld1cD7kdKYkdY4HPv2a6wK3GmlwL?usp=sharing>

³⁴ Entrevista à Dra. Denise Ferreira. (12 de fevereiro de 2020). *Entrevista Dra. Denise Ferreira_Transcrição.pdf*. Disponível em:

<https://drive.google.com/drive/folders/1ykJ1ld1cD7kdKYkdY4HPv2a6wK3GmlwL?usp=sharing>

Atividades de Consultadoria, Científicas, Técnicas e Similares” e em 2010 a inclusão da profissão na Classificação Portuguesa das Profissões de 2010 (CPP/2010).

A profissão de designer em Portugal não tem regulação como explica Antero Ferreira, antigo Presidente do Conselho Técnico e Deontológico da Associação Nacional de Designers entre 2005 e 2012: qualquer pessoa pode denominar-se de designer mesmo não tendo qualquer formação ou qualificação, o que torna a área muito complicada para recém-licenciados.³⁵ Alexandra Gomes, refere que a atividade não está regulada por regras escritas ou práticas aceites por todos, acrescentando que os vários intervenientes procuram clarificar as práticas de forma individual. Diz ainda que as medidas mais urgentes são a necessidade de definir uma identidade jurídica ou fiscal, níveis de formação específicos para a obtenção do diploma, conceber critérios de certificação e um código de conduta entre os profissionais e com os restantes (Gomes, 2003).

É de notar que o Design é uma disciplina que o seu contributo arrecada uma grande responsabilidade naqueles que praticam, mas ao mesmo tempo a legislação fica aquém da proteção destes profissionais. Ainda que o Design seja uma atividade com formação superior, este não é reconhecido com estatuto profissional “devido à falta de informação de normas de conduta entre profissionais, à falta do controle do estatuto e a uma certa marginalização no exercício da profissão.” (Ferreira, 2009, p. 27).

Para além de definir fronteiras da profissão de designer é importante entender que o Design pode complementar outras áreas “sem a preocupação de retirar funções ou prestígio, mas numa coordenação de esforços e competências no alcance de um objetivo comum” (Ferreira, 2009, pp.43-44). Daí surge a problemática de como se pode estabelecer a posição do designer dentro dos projetos, onde a Proposta de Lei 116/X de acordo com a autora diz mostrar-se um exemplo do “perigo de uma deficiente cultura de Design e de falta de conhecimento das competências do designer” (Ferreira, 2009, p.44). A proposta quer estabelecer uma qualificação profissional aos técnicos que são responsáveis na elaboração de projetos de obras – a lei é prejudicial na medida em que os designers não são atribuídos qualificações académicas para os cargos. Mais uma vez, não existe reconhecimento da profissão e por consequência outros profissionais poderão exercer os cargos sem qualificação para tal. Portanto é necessário

³⁵ *Designers. Profissão sem controlo pode ganhar uma Ordem em 2012.* (2011). Jornal i. Obtido de <https://online.sapo.pt/artigo/426892/designers-profissao-sem-controlo-pode-ganhar-uma-ordem-em-2012?seccao=Portugal>. Acedido em 18 de maio de 2020

que as funções de cada profissional sejam respeitadas para que todos os objetivos de projeto sejam respondidos corretamente.

Nesta proposta a APD refere que: “Todas as áreas do saber, que integram o ensino superior, têm zonas específicas de intervenção, algumas delas no entanto cruzam-se, em determinados momentos, com outras cujos campos de trabalho e de investigação se justapõem, é o caso, por exemplo, da Biologia com a Medicina, desta com a Psicologia Clínica ou da Antropologia com a História e com a Arqueologia. É este também o caso de algumas áreas do Design como, nomeadamente, a Arquitetura e a Engenharia.” (as cited in Ferreira, 2009, p.44).

Organizações Portuguesas de Design

Uma estrutura bem organizada é a base para o reconhecimento profissional, tanto para a coordenação e apoio dos profissionais como para a divulgação correta da área. As organizações são formadas por um grupo específico de membros que seguem determinadas normas e têm um conjunto de objetivos para atingir. Ferreira (2009) afirma que “[N]o Design, a organização da atividade traduz-se numa reunião de meios, como contratos, definições de carreiras, tabelas e formas de remuneração, informação sobre honorários e a legislação referente à proteção da Propriedade Intelectual, ou seja das suas criações, que orientam os designers no desempenho da sua profissão e que por consequência proporcionam uma maior credibilidade e reconhecimento destes profissionais, no contexto em que se encontram inseridos.” (Ferreira, 2009, p.28). Na dissertação de Mestrado da Dra. Denise Ferreira (2009), nos inquéritos realizados mostra que na sua amostra de 212 inquiridos que 88% referem que não são sócios ou não estão inscritos em nenhuma associação de Design.

O Centro Português de Design (CPD) criado em 1958, era uma entidade de utilidade pública criada por parceiros públicos e privados (ex. AIP, AEP, ICEP, INPI, IPQ) e tinha o objetivo de promover o Design. A entidade contribuiu com Campanhas de Sensibilização e revistas e livros com o intuito de divulgar informação acerca do Design e sensibilizar empresas e empresários. Em 2013 foi extinto “por razões económicas invocadas pelo Ministério da Economia, que tutelava a Agência para a Competitividade e Inovação (Iapmei), um dos

associados do CPD, (...)³⁶. Numa notícia no Diário de Notícias de 15 de abril de 2019, a agência Lusa teve acesso a um documento que indica a possibilidade de criar um “novo Centro Português de Design”, mas até à data mais nenhuma informação foi divulgada.

A Associação Portuguesa de Designers (APD) foi fundada por Victor Manaças, José Brandão, Sebastião Rodrigues, Daciano Costa, José Santa Bárbara, Eduardo Afonso Dias, Rogério Ribeiro, A. Lacerda Machado, Jorge Pacheco, Alda Rosa, Sena da Silva e outros (Barradas, 2018). Este grupo de designers reúne-se em maio de 1974 para averiguar os problemas do exercício e atividade do design em Portugal na Sociedade de Belas Artes e a APD acaba por ser fundada em 1976. De acordo com os Estatutos da associação, tem como objetivo a “defesa e promoção dos direitos e interesses socioprofissionais dos designers” (APD, 1976, p.2). Em 2003 é fundada a Associação Nacional de Designers (AND) com a missão de contribuir para a promoção do Design em Portugal e no estrangeiro.

Ordem dos Designers

A Associação Portuguesa de Designers (APD) e a Associação Nacional Designers (AND), que representam milhares de designers, em 2011 prepararam um dossier para a criação de uma Ordem profissional. Numa entrevista presencial com o presidente da APD, o Professor Doutor Nuno Sá Leal explica que desde 2006 tem havido tentativas para a criação de uma Ordem e já foi elaborado um regulamento que depois foi submetido por vários partidos na Assembleia da República. O projeto de resolução nº559/X (Anexo D) de 24 de julho de 2009 tinha como objetivo a formação de uma Câmara de Designers – um antigo modelo mais pequeno de uma Ordem – que acabou por não ser aprovada. A única parte necessária e obrigatória por lei é um estudo de uma entidade independente que não tendo fundos, nem quotas de sócios suficientes não será possível.³⁷ Numa entrevista à Rádio Renascença, afirma

³⁶ Lusa. (2019). *PE: Centro Português de Design «poderá» ser reativado pelo Governo*. Diário de Notícias. Obtido de <https://www.dn.pt/lusa/pe-centro-portugues-de-design-podera-ser-reativado-pelo-governo-10798004.html>. Acedido em 21 de abril de 2020

³⁷ Henriques, A. M. (2012). *Portugal tem 22 mil designers e isso é uma “completa loucura”*. Público. Obtido de <https://www.publico.pt/2012/09/13/p3/noticia/portugal-tem-22-mil-designers-e-isso-e-uma-completa-loucura-1814468>. Acedido em 15 de fevereiro de 2020

que “A Ordem dos Designers não será uma "limitação à entrada na profissão", mas sim "uma ajuda de acesso à profissão e uma regularização da profissão (...).”³⁸

A AND também teve o seu papel nas tentativas de formação de uma Ordem, inclusive existe uma petição³⁹ para esse fim com 1.651 assinaturas onde afirmam que a Ordem dos Designers “(...) [visa] situar definitivamente todas as questões de ordem profissional num enquadramento ético-deontológico da própria profissão. (...) Que a Ordem passe a representar todos os designers e a regular o respetivo exercício profissional.”. A antiga presidente da direção da AND, Elisabete Antunes, afirma que “a criação da Ordem visa fundamentalmente 'contribuir para o desenvolvimento económico do país, através da qualificação dos profissionais' da área.”⁴⁰

2.3.4 / *Regulação da Profissão*

Don Norman (2003) numa entrevista com Steven Heller, afirma que se a usabilidade e funcionalidade dos projetos realizados conseguissem ser legisladas devem ser feitas na forma de “requisitos de desempenho”, ou seja, não serem *guidelines*, mas sim atingirem determinados critérios de sucesso quanto testados pelo público como forma de assegurar o bom funcionamento da área (Heller & Vienne, 2003, p.131).

Ao contrário de outras profissões como medicina, arquitetura ou advocacia, a área de Design não possui um código que regule os seus profissionais. O código de conduta tem como objetivo de aumentar os pontos fortes, eliminar competição entre membros e proteger o grupo de profissionais (Papanek, 1995). Por essa razão, existem várias organizações de Design que elaboram o seu próprio código para que os sócios ou profissionais possam ter um guia de conduta. Papanek (1995) refere que devemos colocar algumas questões para conseguir avaliar

³⁸ *Designers querem criar ordem profissional com sede no Porto*. (2016). Rádio Renascença. Obtido de <https://rr.sapo.pt/2016/09/23/economia/designers-querem-criar-ordem-profissional-com-sede-no-porto/noticia/64417/>. Acedido em 20 de fevereiro de 2020.

³⁹ AND. (sem data). *Petição Pública: Regulação profissional dos Designers Portugueses*. Obtido de <https://peticaopublica.com/?pi=PT80581>. Acedido em 19 de fevereiro de 2020.

⁴⁰ Lusa. (2010). *Design: Associações querem criar Ordem para «defender profissionais e consumidores»*. Correio do Minho. Obtido de <https://www.correiodominho.pt/noticias/design-associacoes-querem-criar-ordem-para-defender-profissionais-e-consumidores/37552>. Acedido em 20 de fevereiro de 2020.

se “as regras éticas de um grupo são realmente mais do que um plano de autoproteção.” (Papanek, 1995, p.75, tradução livre):

1. O código de ética serve apenas os seus próprios interesses?
2. O código de conduta protege realmente o público?
3. Este código é verdadeiramente regulador, ou seja, os membros respeitam-no, e o público pode fazer os seus próprios juízos sobre a observância dos membros?
4. Estas regras são claras e específicas quanto a possíveis armadilhas inerentes à profissão ou trabalho efetuado pelos seus membros?
5. Podem os não-membros observar e julgar a aceitação das regras por parte dos membros, e é possível cumpri-las?
6. Este código de ética, bem como o grupo ou associação, foram criados de modo a prever futuras mudanças e, por conseguinte, estão na disposição de ensinar, aprender e informar os seus aderentes, bem como o público?
7. A liderança profissional destas organizações profissionais pode ser alertada para o facto de, em virtude dos meios de comunicação modernos, estarmos a viver numa sociedade cada vez mais transparente, em que os acordos secretos, os encobrimentos e as obstruções já não resultam?

Daí, existem códigos oficiais por parte de associações profissionais e códigos não-oficiais estruturados por outros designers. Seguem uma seleção de quatro organizações reconhecidas internacionalmente que desenvolveram o seu próprio código de conduta para ser seguido pelos seus membros.

Organizações de Design no Estrangeiro

No estrangeiro o *International Council of Design* (ICO-D ou Icoграда) é uma organização mundial para profissionais do Design, que reúne diferentes organizações de Design. Quanto a organizações europeias existe a *Bureau of European Design Association* (BEDA) que agrega 46 organizações de toda a Europa no âmbito do Design. Depois em Espanha, existe a *Associació de Dissenyadors Professionals* (ADP), na Holanda a *Beroepsorganisatie Nederlandse Ontwerpers* (BNO). Na Austrália há a *Australian Graphic Design Association* (AGDA), no Brasil há a Associação Brasileira de Empresas de Design (Abedesign).

International Council of Design (ico-D) | Modelo do Código de Conduta Profissional

Fundado em 1963, ico-D (antiga ICOGRADA) representa 140 organizações em 67 países e regiões pelo mundo. O código⁴¹ desenvolvido tem como base princípios de ética profissional que refere a responsabilidade do designer perante a comunidade, o cliente e outros designers. Por fim, mencionam também a remuneração, competição e publicidade.

BEDA (*The Bureau of European Design Association*) formulou outro código baseado no anterior que é aceite por membros da ico-D, ICSID e BEDA. Semelhante a este, a *Australian Association of Graphic Design* (AGDA), uma instituição Australiana fundada em 1988, também tem um código⁴² baseado no código da ico-D (antiga ICOGRADA).

American Institute of Graphic Arts (AIGA) | Padrões de Prática Profissional⁴³

Este conjunto de práticas profissionais são seguidos pelos designers identificados pelo instituto no seu diretório. É o código profissional mais antigo e por essa razão tem grande significado no Reino Unido e pelo mundo (AIGA, 2013). O código refere a responsabilidade do designer perante os clientes, comunidade de designers, público, sociedade e ecossistema. Outros tópicos são também taxas e autoria entre designers.

Academy of Design Professionals (ADP) | Código de Conduta Profissional

O código⁴⁴ está dividido em três parte: Normas (princípios de conduta gerais), Princípios éticos (objetivos mais específicos que os designers devem querer atingir) e Regras de Conduta (regras obrigatórias pela academia). A primeira secção geral diz: a primeira norma no âmbito de obrigações gerais refere que os profissionais de Design devem sustentar e desenvolver o seu conhecimento da área e ser leal à profissão sem sobrepor qualquer motivo

⁴¹ Ico-D. (2005). *Model Code of Professional Conduct for Designers*. Obtido de https://www.ico-d.org/database/files/library/icoD_BP_CodeofConduct.pdf.

⁴² AGDA. (2012). *Code of Ethics* (p. 3). p. 3. Obtido de <http://archive.agda.com.au/aboutagda/more/codeofethics.html>. Acedido em 15 de abril de 2020.

⁴³ AIGA. (1994). *AIGA Standards of professional practice*. Obtido de <https://www.aiga.org/standards-professional-practice/>. Acedido em 14 de abril de 2020

⁴⁴ Rutledge, A. (2017). *Code of Professional Conduct*. Obtido de <http://designproacademy.org/code-of-professional-conduct.html>. Acedido em 14 de abril de 2020.

para proveito próprio. Nos princípios éticos gerais menciona que os profissionais devem ter como objetivo melhorar as suas capacidades técnicas e conhecimentos. Depois mencionam que os designers devem ter sempre de assegurar os direitos humanos no decorrer da sua profissão.

International Council of Societies of Industrial Design (ICSID) | Código de Ética Profissional

A ICSID foi renomeada em 2017 para World Design Organization (WDO). Fundada em 1957, a organização engloba mais de 50 países. O Código de Ética Profissional⁴⁵ da ICSID delinea cinco artigos que de acordo com a organização que servem como diretrizes éticas para que a qualidade da profissão progrida. O artigo I menciona os benefícios do cliente, depois o utilizador, de seguida o ecossistema, a cultura e por último a profissão.

2.3.3 | Conclusão Direitos do Designer

Portanto, para além das Responsabilidades mencionadas, os Direitos e as Condutas têm o intuito de guiar os designers durante a sua prática profissional. Como referido, a legislação continua a não ser suficientemente específica para a proteção na área do Design e as normas de conduta são facultativas para os designers que não sejam membros das instituições mencionadas.

Para Joana Monteiro, o designer tem o direito e dever de recusar trabalhar em determinados projetos e organizações, caso não concordemos com as ideologias. Afirma que estes assuntos são “uma questão de integridade e consciência pessoal, mas também como responsáveis perante os outros.” (Monteiro, 2004, p.31). Ainda assim, como Papanek mencionou, muitos designers vêm-se pressionados por razões financeiras a aceitar determinados projetos que possam ter conflito com as suas ideologias. Não havendo nenhum código de conduta oficial, cada designer terá de seguir o seu bom senso perante situações ditas dúbias.

⁴⁵ ICSID. (2010). *Code of Professional Ethics* (p. 3). p. 3. Obtido de <https://fdocuments.in/document/icsid-code-of-ethics.html>. Acedido em 21 de abril de 2020.

2.4 | Conduta no Círculo Profissional do Designer

Enquanto profissionais de Design, os criativos lidam com vários *stakeholders* e por essa razão existe determinadas Responsabilidade e Direitos que o profissional deve ter. Considerou-se vantajoso analisar quatro códigos de conduta, onde foi possível compilar os vários pontos pelos quais os profissionais de Design (e membros de cada organização) devem seguir durante a prática. Baseado no código de conduta da ico-D, numa publicação do AIGA no capítulo *Standards of Professional Practice* (em português Padrões de Prática Profissional), no Código de Conduta Profissional da ADP e o Código de Ética Profissional da ICSID (atualmente a WHO).

No geral, todos proclamam que o profissional de Design deve seguir princípios de integridade onde demonstra o respeito por qualquer parte interessada no projeto: sejam colegas, clientes, consumidores/audiência e em particular a sociedade. Ferreira (2009) refere que os Códigos devem abordar os pontos de respeito entre colegas, respeito entre designer e cliente, responsabilidade para com a comunidade, remuneração, concursos e publicidade. Após a análise de vários códigos foi possível realizar a seguinte análise das interações entre designer com a profissão, designer, clientes, sociedade e ambiente.

Designer e a Profissão

A *Design Academy* indica que os designers “devem assegurar a integridade e dignidade da profissão”⁴⁶. A diretriz ética menciona que devem ter fundamento moral da forma como lucram, mostrando que não deverá existir conflito de interesses. Os designers devem ter como objetivo promover a dignidade e integridade da profissão, que os representantes e empregados seguem o código em questão.

Em termos de benefícios da profissão de acordo com a ICSID/WDO os designers devem seguir as diretrizes formuladas. Primeiro, a advocacia de boas práticas profissionais que tenham como base a qualidade, trabalho pago em qualquer situação excetuando se for um trabalho para instituições de caridade sem fins lucrativos. Segundo, o apoio do desenvolvimento da profissão com reconhecimento do trabalho realizado e respeito entre todos

⁴⁶ Rutledge, A. (2017). *Code of Professional Conduct*. Obtido de <http://designproacademy.org/code-of-professional-conduct.html>

os intervenientes do processo. Por último, o trabalho deve refletir de forma consistente objetivos, declarações verdadeiras e críticas construtivas.

Designer e Designers

Tendo em conta a AIGA, o designer deve procurar oportunidades apoiando sempre uma competição aberta e justa. Posteriormente, o profissional não deverá aceitar um projeto que tenha conhecimento que outro designer está a produzir. O designer não deve tentar de forma direta ou indiretamente, suplantar ou competir com outro designer por meio de estímulos antiéticos. Aquando da crítica do trabalho de outro profissional da área, o designer não deverá denegrir o trabalho ou reputação do colega em questão. Um designer não deverá aceitar instruções que possam infringir nos direitos de propriedade sem permissão. Por fim, o profissional trabalhando noutro país deverá observar e seguir o Código de Conduta nacional.

No *International Council of Design*, especifica que o designer não deve competir com outro designer de forma de prejudicar ou que possa denegrir o colega. Por último, indica que o designer não deve envolver-se conscientemente no plágio de um trabalho de outro profissional. Já nas obrigações para com os colegas e *peers* de acordo com a ADP os designers devem sempre respeitar e assegurar um bom ambiente entre profissionais.

Designer e Clientes

Nos padrões delineados pela AIGA, a responsabilidade do designer com clientes começa com o designer devendo agir tendo em conta os interesses do cliente, dentro dos limites como profissional responsável. Logo, não deverá trabalhar em projetos que criem conflito de interesses. Durante o processo do trabalho, o designer não deverá divulgar informações sem o consentimento do cliente. Por último, o profissional de Design que receba instruções que violem os seus padrões éticos deverá corrigi-los, ou caso não seja possível a sua correção, deverá recusar o projeto.

A Ico-D afirma que o designer deve atuar de acordo com os interesses do cliente, mas mantendo sempre os limites de deveres profissionais. Depois o profissional não deverá trabalhar em dois projetos para empresas que tenham competição – exceto quando é habitual para o designer e existe um entendimento da situação por parte das duas empresas. Por último,

o designer não deve divulgar informação sem o consentimento do cliente e deve assegurar que a restante equipa segue a mesma norma de confidencialidade.

Na terceira secção do código da *Academy of Design Professionals* acerca dos clientes citando que devem servir os mesmos de forma competente e profissional tendo sempre os seus interesses em mente dentro dos limites da responsabilidade profissional. Num dos princípios menciona que o profissional deve sempre comunicar e informar sobre os projetos de forma honesta, ser leal e íntegro.

Quanto à ICSID/WHO no primeiro artigo acerca dos benefícios do cliente, citam que o profissional deve reconhecer os objetivos do cliente, ter contratos claros, respeitar a confidencialidade e informar o cliente de potenciais conflitos. No artigo seguinte, sobre o benefício do utilizador, indica que o designer não deve agir de forma prejudicial e defender as necessidades dos potenciais clientes.

Designer e Sociedade

Para o Instituto Americano de Artes Gráficas, um profissional deve evitar aceitar projetos que possam resultar em potenciais danos ao público. Deverá comunicar sempre as realidades de forma clara, não divulgando informação sem fundamento ou enganosa. Por último, o designer deverá ser sensível aos valores e crenças culturais, sem representar ou estereotipar comunidades de uma forma negativa.

No código de conduta da ico-D referem a responsabilidade do designer perante a comunidade, onde declaram que o designer aceita a obrigação profissional de “promover os padrões sociais e estéticos da comunidade”. Na *Academy of Design Professionals*, na secção 2 mencionam as obrigações do designer perante o público onde devem promover e servir o interesse geral nas suas atividades profissionais. Os designers devem ter sempre em conta a lei durante o seu processo e que os profissionais devem estar envolvidos em atividades cívicas, melhorando a compreensão do Design perante os restantes cidadãos.

O designer deverá considerar as implicações ambientais, económicas, sociais e culturais no seu trabalho e por consequência deverá minimizar os impactos. Ainda mais, um designer não deve aceitar conscientemente um projeto que envolva a violação de direitos humanos ou de qualquer atividade sem permissão do grupo em questão. Não deve aceitar bens ou serviços oferecidos que tenham alguma obrigação prejudicial para o cliente, sociedade ou ambiente.

Recusar a envolver-se ou aceitar discriminação com base em raça, sexo, idade, religião, nacionalidade, orientação sexual ou deficiência. Por último, deve apoiar princípios da liberdade de expressão, liberdade de reunião e acesso a um mercado aberto de ideias.

Designer e Ambiente

De acordo com os padrões delineados pela AIGA, o designer não deve estar envolvido na prática do Design onde haja um desrespeito deliberado ou o projeto seja imprudente para a saúde ou segurança da comunidade. Deverá assumir um papel responsável na representação visual das pessoas, no consumo de recursos naturais, na proteção de animais e do meio ambiente. Há um incentivo na contribuição de cinco por cento do seu tempo para projetos no interesse do público e do ambiente.

Já a Ico-D na seção da comunidade refere como o designer deve atuar no âmbito da promoção da ecologia e do ambiente. No terceiro artigo da ICSID/WHO, na proteção do ecossistema do planeta menciona que o designer deve escolher produtos e serviços que minimizem o impacto ambiental, defendendo o uso de energias renováveis e a utilização de novas tecnologias.

Capítulo 3 | Metodologia de Investigação

O presente capítulo tem como objetivo apresentar a metodologia e estratégia de investigação da dissertação em questão, tendo em conta os objetivos gerais do estudo. Na figura 18 expõe o diagrama de investigação onde se pode visualizar os passos realizados ao longo do percurso.

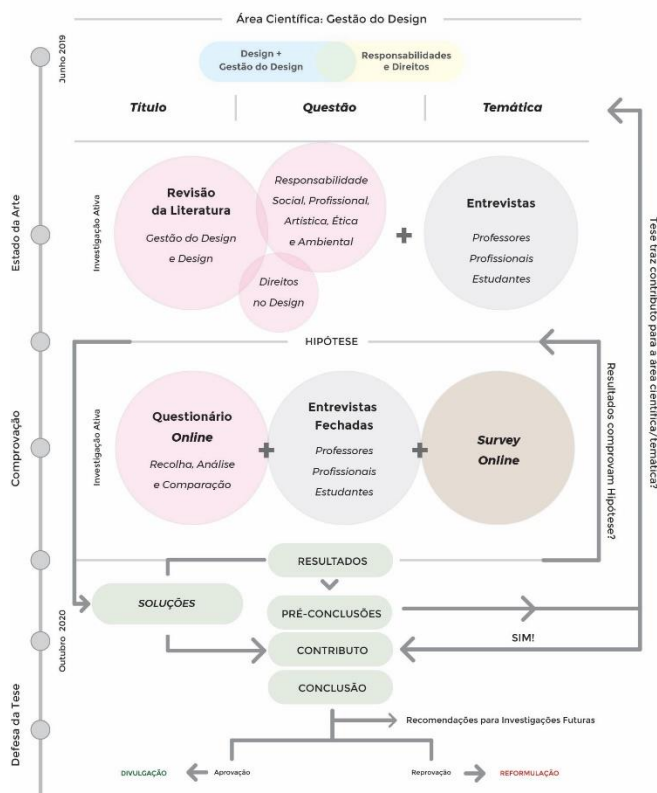


Figura 18 | Diagrama de Investigação da Dissertação em Questão

3.1 Estratégia de Investigação

Com o decorrer da revisão literária foi decidido utilizar três métodos de recolha de dados, de forma a criar mais valor à conclusão. Num primeiro momento foi realizada uma pesquisa mais abrangente através de um Questionário *online* (através do *Google Forms*) para recolher e identificar dados quantitativos que nos informem da origem dos problemas em questão. Depois, uma pesquisa qualitativa através de uma série de entrevistas individuais para conseguir compreender melhor as suas experiências perante o problema e as possíveis hipóteses para a investigação. Por último, uma pesquisa quantitativa com recurso à *Escala de Likert* num *survey* (através do *Google Forms*) para obter a validação dos participantes acerca dos dados recolhidos e potenciais hipóteses que foram geradas ao longo da investigação.

Capítulo 4 | Análise de Dados e Resultados

4.1 | Questionário a Designers Estudantes, Professores e Profissionais

O questionário (Anexo E) realizado no âmbito da Dissertação acerca dos *Direitos e Responsabilidades no Design Português* obteve 136 respostas, das quais 129 são válidas para a amostra. A faixa etária entre os 18 e 24 foram 51,9% de respostas, seguido de 24% entre os 25 e 35, dos 36 aos 45 com 14,7%, entre os 46 e

Por favor, indique a sua faixa etária:
129 respostas

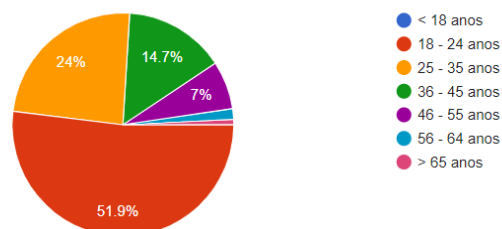


Figura 19 | Gráfico Questão 1, Seção 2 do Questionário (Dados Demográficos)

55 foram 7%, duas respostas (1,6%) dos 56 aos 64 e apenas uma resposta (0,8%) de um inquirido com mais de 65 anos. Em relação ao género, 88 respostas foram do género feminino e 41 do género masculino. Em termos de distrito de residência, Lisboa foi o distrito com mais respostas com 101, seguido de Setúbal com 7, Leiria com 11, Braga com 3, Santarém com 2 e depois Aveiro, Coimbra, Évora, Castelo Branco, Faro com uma resposta cada.

O questionário foi dividido em três partes: Estudantes, Professores e Profissionais, na medida em que têm diferentes experiências e perspetivas sobre a situação atual. Obtiveram-se 77 respostas de Estudantes (Licenciatura, Mestrado, Doutoramento e outros), seguido por 36 respostas de Profissionais e 16 respostas de Professores. Cada responderá tanto no âmbito das Responsabilidades, como dos Direitos.

4.1.1 / Respostas de Estudantes de Design

O questionário recebeu respostas 77 respostas de vários níveis do ensino superior: 27 respostas do 2º ano do Mestrado, 18 do 2º ano da Licenciatura, 17 do 3º ano da Licenciatura, 10 do 1º ano de Mestrado, 4 de Doutoramento e 1 de Pós-Graduação. As áreas de estudo também foram muito diversas, sendo os três cursos com mais respostas o Design (Geral) o mais selecionado com 30 indivíduos, Design Management com 12 respostas e Design de Produto com 8.

Indique qual é a sua atividade actual:

129 responses

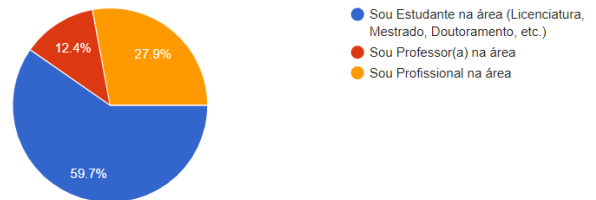


Figura 20 | Gráfico Questão 4, Seção 2 do Questionário (Dados Demográficos)

Responsabilidade no Design Português

Em relação ao tema da Responsabilidade, quando questionados acerca das cadeiras do ensino superior mais de metade - 50 colegas (64.9%) -, responderam que nunca frequentaram uma cadeira que lecionasse acerca da responsabilidade, conduta e/ou deveres do designer. Quanto ao nível

Durante a sua formação académica, frequentou alguma cadeira que leccionasse o tema acerca da responsabilidade, conduta e/ou deveres do designer?

77 responses

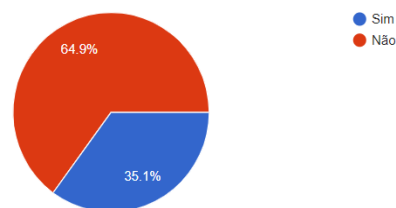


Figura 21 | Gráfico Questão 3, Seção 3 do Questionário (Responsabilidades Estudantes)

de conhecimentos da Responsabilidade do Designer dos estudantes a maioria dos alunos (40.3%) dizem que consideram que de 1 a 5 se encontram no nível 3. Acerca do impacto social, cultural e ambiental, os estudantes consideram que o Design tem grande impacto, selecionando o nível 5 com 65 respostas (84.4%) e 11 respostas no nível 4 (14.3%). Na última pergunta, questiona-se de que forma é que estes estudantes consideram que o impacto do Design é utilizado, na globalidade respondendo que é utilizado de forma maioritariamente positiva com 70% das respostas.

Assim, este resultado relativo aos estudantes mostra que ainda que os estudantes consideram que o Design tem grande impacto na sociedade e é utilizado de forma maioritariamente positiva, não são lecionados os temas necessários que os façam sentir que têm um elevado nível de conhecimento acerca da Responsabilidade da sua atual ou futura profissão.

Qual é o seu nível de conhecimento acerca da Responsabilidade (Social, Ética, Profissional e Artística) do Designer?

77 responses

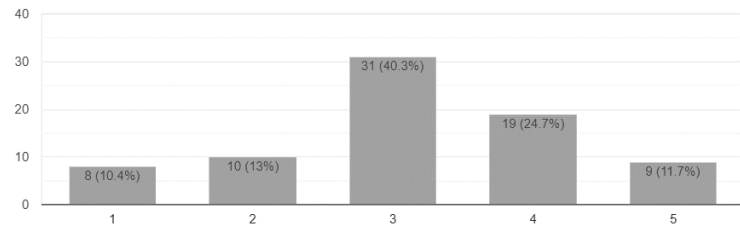


Figura 22 | Gráfico Questão 4, Seção 3 do Questionário (Responsabilidade Estudantes)

Direitos no Design Português

A primeira questão colocada é se o estudante já ouviu falar sobre o tema de Direitos do Designer, onde 55 dos 77 estudantes respondeu que não. Quando questionados acerca do seu nível de conhecimento dos seus direitos entre 1 e 5, por ordem decrescente: maioria

Alguma vez ouviu falar sobre o tema de Direitos do Designer?

77 responses

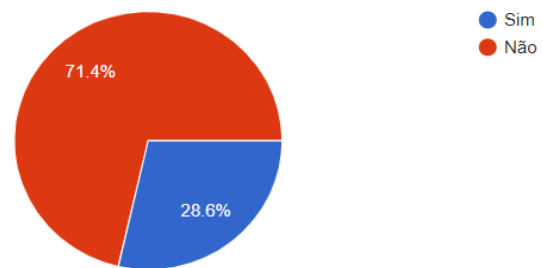


Figura 23 | Gráfico Questão 1, Seção 6 do Questionário (Direitos Estudantes)

(34 estudantes) responderam nível 1, de seguida 26 responderam nível 2, 12 responderam nível intermédio, 3 responderam nível 5 e apenas 2 responderam nível 4. Na pergunta seguinte os estudantes são inquiridos se durante a sua formação académica frequentaram alguma cadeira que lecionasse o tema da legislação e direitos do designer, onde a maioria esmagadora (71 estudantes) respondeu não. Depois, numa questão acerca de situações reais, vários estudantes mencionaram que passaram por situações das quais a maioria não saberiam lidar legalmente (67.5%), onde as duas mais comuns são «Proposta de um empregador/cliente que pede para "adaptar" ou "inspirar-se" (copiar) num trabalho de outro artista» e «Um empregador/cliente refere que a sua remuneração não será monetária, mas sim "exposição"». Por último, 100% dos inquiridos afirma que acham importante que o tema seja lecionado nas instituições de Design.

4.1.2 | Respostas de Professores de Design

Os dezasseis professores inquiridos pertencem a várias áreas do Design e lecionam diversas cadeiras nas universidades - sendo o Design de Produto, Design (Geral), Design de Comunicação e Design Gráfico as áreas mais seleccionadas. Foram realizadas perguntas semelhantes aos estudantes, para comparar as duas realidades no mesmo meio.

Responsabilidade no Design Português

Em relação ao nível de conhecimento, os professores responderam níveis acima do nível 3: 8 respostas considera o nível 4, 5 respostas o nível 5 e 3 respostas o nível intermédio.

Dos 16 professores, 14 consideram que uma cadeira de “Responsabilidade e Deveres

do Designer” deveria ser lecionada em cursos de Design. Por último, quando questionados acerca da preparação dos alunos, 10 professores consideram que a preparação é mediana e 5 consideram que maioria não está preparada.

Qual é o seu nível de conhecimento acerca da Responsabilidade (Social, Ética, Profissional e Artística) do Designer?

16 respostas

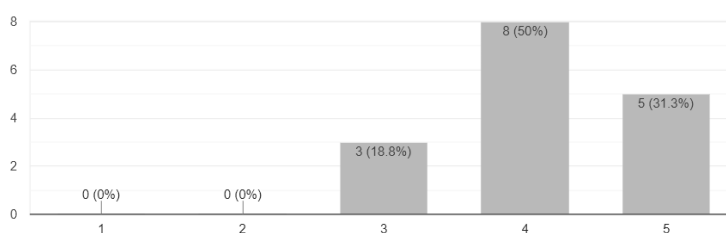


Figura 26 | Gráfico Questão 3, Seção 4 do Questionário (Responsabilidades Professores)

Sente que os alunos têm preparação para o mundo do trabalho e o impacto que o seu trabalho pode ter na sociedade e no planeta?

16 respostas

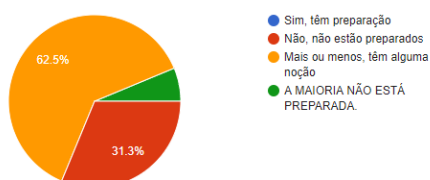


Figura 25 | Gráfico Questão 5, Seção 4 do Questionário (Responsabilidades Professores)

Considera que o impacto do Design é utilizado:

77 respostas

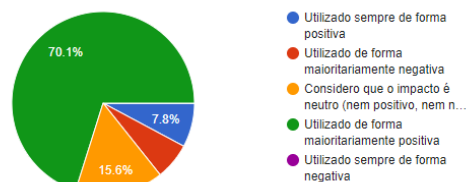


Figura 25 | Gráfico Questão 6, Seção 3 do Questionário (Responsabilidades Estudantes)

Com a comparação dos dois gráficos é possível verificar que ainda que os estudantes (figura 26) consideram que o design é utilizado maioritariamente de forma positiva, a percepção

dos professores (figura 25) consideram que os alunos não estão totalmente conscientes e preparados para o seu impacto na sociedade e no mundo.

Portanto, é natural que tendo em conta a experiência dos profissionais de ensino considerem que os seus níveis de conhecimento da responsabilidade são mais elevados (figura 27) - do que se verificou nos estudantes (figura 28) -, ainda assim 18.8% consideram o nível intermédio.

Qual é o seu nível de conhecimento acerca da Responsabilidade (Social, Ética, Profissional e Artística) do Designer?

16 responses

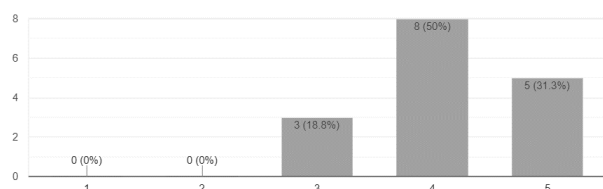


Figura 28 | Gráfico Questão 3, Seção 4 do Questionário (Responsabilidades Professores)

Qual é o seu nível de conhecimento acerca da Responsabilidade (Social, Ética, Profissional e Artística) do Designer?

77 responses

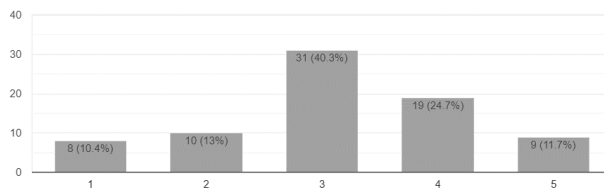


Figura 28 | Gráfico Questão 4, Seção 3 do Questionário (Responsabilidades Estudantes)

Direitos no Design Português

Quando questionados sobre do seu nível de conhecimento acerca dos Direitos do Designer, a maioria dos professores coloca-se no nível 4 (43.8%) e nível 3 (25%). Dos 16 professores, 14 afirmam que nunca lecionaram matérias relacionadas com o tema da legislação e direitos do designer. Na última questão, 75%

Durante a sua atividade profissional enquanto professor, leccionou alguma cadeira sobre o tema da legislação e direitos do designer?

16 responses

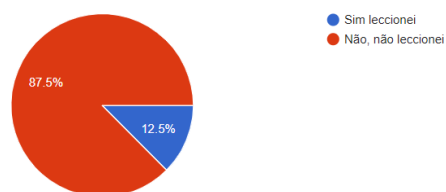


Figura 29 | Gráfico Questão 2, Seção 7 do Questionário (Direitos Professores)

diz que considera importante a implementação de uma cadeira acerca do tema e que esta deveria ser lecionada nos cursos de Design.

Assim, verifica-se que ainda que os professores tenham um nível médio-alto de conhecimento do tema e considerarem que é uma temática importante para os estudantes, não está inserida nos planos de estudo. Comparando as realidades, conclui-se que os professores

não lecionam informação valiosa para o futuro dos estudantes, que afirmam ter capacidade de fornecer.

Qual é o seu nível de conhecimento acerca dos Direitos do Designer?
77 respostas

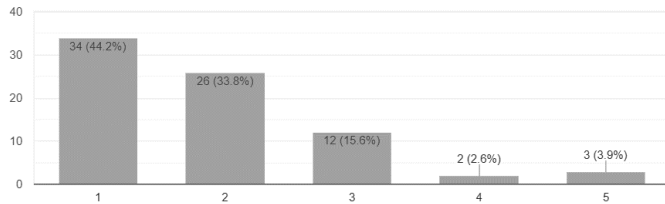


Figura 31 | Gráfico Questão 1, Seção 6 do Questionário (Direitos Estudantes)

Qual é o seu nível de conhecimento acerca dos Direitos do Designer?
16 respostas

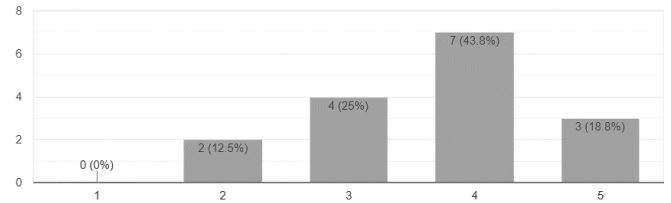


Figura 31 | Gráfico Questão 1, Seção 7 do Questionário (Direitos Professores)

4.1.3 / Respostas de Profissionais de Design

No sector de profissionais obteve-se 36 respostas, onde 38.9% são profissionais de Design Gráfico, 16.7% de Design de Produto e ambas com 11.1% de Design Geral e Design/Multimédia. Nesta parte dos profissionais existem questões mais viradas para a realidade do sector de trabalho e da sua formação antes de entrarem no mundo do trabalho.

Responsabilidade no Design Português

A primeira questão é acerca do nível de conhecimento, onde o nível 3 e 4 obtiveram 38.9% das respostas, dando um total de 77,8%. Em termos do impacto social, cultural e ambiental 31 dos 36 inquiridos considera que o Design tem um alto nível de impacto (nível 5). Desse impacto, 24 profissionais (66.7%) diz que é utilizado de forma maioritariamente positiva, seguido de 7 profissionais (19.4%) que consideram o impacto neutro.

Considera que o impacto do Design é utilizado:
36 respostas

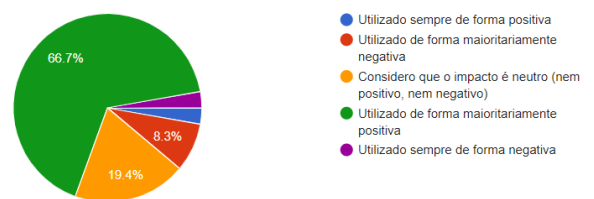


Figura 32 | Gráfico Questão 4, Seção 5 do Questionário (Responsabilidades Profissionais)

Os profissionais indicam que têm um conhecimento médio-alto acerca do tema, que o Design tem um alto nível de impacto e que este é maioritariamente positivo.

Direitos no Design Português

Quando questionados acerca do tema dos direitos do designer, 24 diz que já ouviu falar do tema e 12 dizem que não. Em termos de nível de conhecimento 15 profissionais consideram-se no nível intermédio, seguido do nível 1 (baixo) com 10 profissionais e 8 no nível 2. Durante as suas formações académicas, 86.1% (31

Alguma vez ouviu falar sobre o tema de Direitos do Designer?
36 respostas

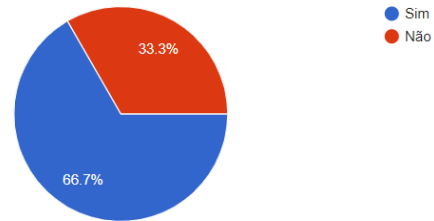


Figura 33 | Gráfico Questão 1, Seção 8 do Questionário (Direitos Profissionais)

profissionais) afirma nunca ter frequentado uma cadeira que lecionasse o tema. Da mesma forma que questionados os estudantes, os profissionais indicam que passaram por várias situações reais relacionadas com a parte legal da profissão. Dos 36 profissionais, 22 não soube lidar com a parte legal de nenhuma das situações mencionadas, onde as mais seleccionadas foram as mesmas que os estudantes indicaram.

Ao contrário do que é verificado do nível de conhecimento da responsabilidade, o nível de conhecimento dos direitos é um nível médio-baixo. A maioria não frequentou cadeiras de direitos do designer e por consequência não soube lidar com os assuntos legais das situações profissionais. As situações reais que não saberiam lidar serem as mesmas que os estudantes sentem que não conseguiram lidar, mostra que o problema persiste mesmo quando os designers já estão inseridos no mundo do trabalho.

4.1.4 | Conclusão do Questionário

Na última parte do questionário, a primeira questão colocada é se pertence ou é sócio de alguma associação de Design, onde 97.7% (126 inquiridos) responde que não. Na pergunta seguinte, 96.1% (124 inquiridos) considera que seria benéfico a conceção de um Manual de Conduta Profissional na área de Design. Depois, 93% considera que com o crescimento exponencial de profissionais e estudantes de Design (e outras áreas criativas), seria benéfico formar uma Ordem de Criativos abrangendo várias áreas, para proteção, guia e regulação de toda a comunidade criativa.

Considera benéfico a conceção de um Manual de Conduta Profissional para Criativos na área de Design?

129 responses

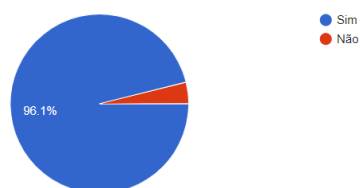


Figura 35 | Gráfico Questão 2, Seção 9 do Questionário (Conclusão)

Considera que com o crescimento exponencial de profissionais e estudantes de design (e outras áreas criativas), seria benéfico formar uma Ordem de Criativos, para proteção, guia e regulação de toda a comunidade criativa?

129 responses

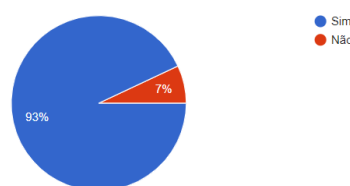


Figura 35 | Gráfico Questão 3, Seção 9 do Questionário (Conclusão)

Numa área para acrescentar alguma informação ao questionário, algumas respostas referem ter passado por situações legais e éticas das quais sentem não terem forma de se defenderem, de se sentirem valorizados e seguros durante a sua prática. Seguem três respostas que mencionam esses aspetos. Primeiro, no questionário nº13, relembra que “Também existe a situação de falta de ética na questão de alteração do trabalho, por exemplo, quando alguém faz um trabalho para determinado cliente e esse cliente faz alterações no trabalho sem consentimento do criativo.”. Outra resposta no questionário nº27 afirma: “É muito importante pousar a prática do Design do ponto de vista do seu impacto, mas também como o designer se pode defender de «pressões» exercida por patrões sem ética.”, acrescenta ainda que “É de especial importância reforçar este tema nas universidades, já que vivemos numa época de transição social, económica e ambiental.”. Por último, na resposta nº63, mostra que “Quando falamos de medicina, direito, ou outra formação todas possuem seu «Guia de Ética». Pelo Design ser algo tão «novo» e «terra de ninguém», tudo fica uma bagunça (qualquer pessoa com um computador na frente pode fazer “design”).” diz também que “Essas medidas são benéficas para os profissionais que buscam especialização e lutam no mercado de trabalho.”.

Comparação 10 anos

Tendo em conta os elementos recolhidos, fazendo uma análise dos resultados que outra dissertação⁴⁷ realizada há 10 anos pela Dra. Denise Ferreira, determina-se que na sua amostra com 212 designers inquiridos 12% fazia parte de uma Associação em contraste com 2,3% no questionário realizado atualmente. Mostrou também que 83% dos inquiridos não exerciam a

⁴⁷ Ferreira, D. (2009). *Design Reconhecido: Organização e Deontologia*. (Dissertação de Mestrado) Universidade Técnica de Lisboa: Faculdade de Arquitetura.

sua atividade segundo um Código e destes 84% não mencionam o Código que seguem. Ainda assim, no questionário atual 96.1% considera que seria benéfico a conceção de um Manual de Conduta Profissional para Criativos na área de Design. Na dissertação refere também que apenas 59% dos participantes sabe quais são as entidades responsáveis pela proteção dos designers (mais especificamente a Propriedade Intelectual), onde atualmente reconhece-se que aproximadamente 60% dos estudantes e profissionais não têm conhecimento legal da sua proteção e direitos.

Portanto pode-se concluir que como o número de sócio diminuiu, continua a não haver o hábito de escolher e seguir um código de conduta, e por último, a maior parte dos designers continuam a ter baixo conhecimento da legislação e direitos da área.

4.2 | Entrevistas a Designers Estudantes, Professores e Profissionais

Após a realização do questionário, os inquiridos poderão deixar o seu contacto como forma de conseguirem continuar a ajudar a investigação acerca do tema com uma Entrevista (Anexo F). Tendo em conta a situação de pandemia que ocorreu e ocorre até ao momento de análise dos mesmos, foi dada a opção de responderem por escrito, por chamada de voz ou videochamada - respeitando assim todas as indicações de segurança impostas pela Direção-Geral de Saúde (DGS).

Os 12 inquiridos que responderam têm entre 21 e 52 anos, 7 do género feminino e 5 masculino. Metade são estudantes, 3 são professores e os restantes 3 são profissionais. A maior parte reside em Lisboa e pertencem à área do Design Gráfico, Design de Produto e Design Management.

Em termos de grau de estudos, 4 têm Doutoramento, 4 são do 2º ano de Mestrado, 3 do 3º ano da Licenciatura e 1 do 1º ano de Mestrado. Já em relação aos anos de experiência, a maioria com menos de 10 anos, outros com mais de 20.

Indique qual é a sua atividade actual:
12 responses

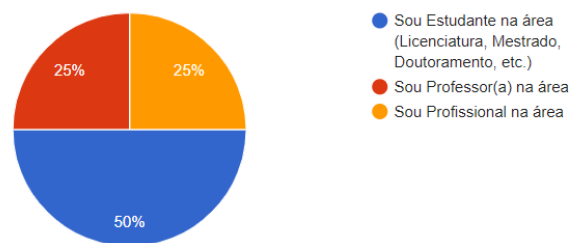


Figura 36 | Gráfico Questão 8, Seção 2 da Entrevista (Dados Demográficos)

Grande parte dos estudantes mostram que o tema da Responsabilidade é lecionado durante o ensino e praticam o design responsável na medida em que têm sempre consideração da sua função enquanto designer e de como o seu trabalho pode ter impacto nos clientes e consumidores. Quando questionados acerca de uma situação positiva da responsabilidade num projeto de Design, a maioria não presenciou e não têm conhecimento; alguns falam acerca da sensibilidade em relação a causas e problemas sociais e um participante foca situações positivas sobre a sustentabilidade. Já em relação a situações negativas há um desinteresse dos colegas com quem trabalham sobre o tema da responsabilidade, inclusivamente plágios e indiferença em dar crédito aos autores das peças. No âmbito dos direitos, todos os estudantes referem que é um tema muito importante para a proteção e defesa do designer durante o seu exercício de profissão para se sentir capaz de atuar perante os clientes e empresas. Metade diz que nunca frequentou uma cadeira, *workshop* ou atividade que lecionasse o tema, apenas umas menções de professores que abordaram o tema nas aulas de forma superficial. Daí, quando são questionados se estão preparados para lidar com a parte legal da proteção do seu trabalho (propriedade intelectual) e a sua proteção enquanto profissional (direitos do trabalhador) afirmam que não se sentem preparados, e que o mais certo será contratarem alguém que os ajude.

Os professores, quando questionados se mencionam a responsabilidade do designer nas suas aulas, um professor disse que não menciona e o outro docente diz que existe uma discussão aberta em relação à responsabilidade no Design. Afirmam que nem todos conseguem ter a capacidade de compreender a importância da profissão e as suas decisões - ao longo do tempo vão-se apercebendo do impacto. Quanto à presença de situações positivas da responsabilidade referem os designers envolvidos na resposta de produto para a pandemia (viseiras) e criação do projeto *REKLUSA* (inserção de mulheres reclusas no sector de indústria). Já em relação a situações negativas, mencionam a desinformação quanto aos direitos e deveres dos designers. No campo dos direitos ambos consideram um tema importante e essencial para a boa prática da profissão. Na questão seguinte “Tendo em conta a variedade de situações profissionais dos designers (*freelancer*, contrato, ...) considera que o ensino superior em Portugal deveria ter uma maior preocupação para preparar os estudantes?”, ambos os professores concordaram que deveria haver uma preparação de forma a que os alunos conheçam a realidade do mercado de trabalho. Por último, os professores dizem que já assistiram a situações que envolvem plágio e falta de transparência dos clientes para com alunos de Design.

Quanto aos profissionais de Design, negam ter trabalhado em empresas que compreendem a importância da responsabilidade, tanto social, como ambiental, ética, profissional ou artística - tentam fazê-lo de forma pessoal por não haver interesse por parte das empresas. Por consequente, afirmam que tentam praticar o design responsável na medida em que nas decisões em que têm palavra, decidem recusar ou redirecionar os projetos para a forma mais responsável. Sobre as situações positivas, falam na concepção do código para daltônicos (*ColorAdd* pelo designer Miguel Neiva) e utilização de comunicação online como forma de substituir o uso de papel. Já as situações negativas, mencionam o consumismo, impacto ambiental de projetos e *rebranding* de logotipos sem o consentimento dos designers. Em relação aos direitos, todos consideram extremamente importante que os designers estejam cientes e bem informados dos seus direitos como forma de proteger o seu trabalho e de determinados abusos. Quando questionados acerca de situações reais em que houve violação dos seus direitos enquanto profissional, um designer menciona a lacuna de contratos e pagamentos atempados. Outro designer refere pedidos de plágios e recusa de pagamento dos direitos de autor de fotografias e programas. Por último, quando enfrentados com situações legais dois designers dizem que não o conseguiram fazer, ou desistem por falta de conhecimento e sustento financeiro, ou contratam alguém por se sentirem que não estavam devidamente preparados para lidar com a situação.

Em conclusão, todos os 12 participantes das entrevistas afirmam veementemente que os dois temas devem ter mais presença seja por aulas, atividades ou outro meio de ensino que seja possível. Afirmam que sentem que os cursos deveriam instruir os alunos nas várias matérias que terão de lidar depois do término do curso, como por exemplo a elaboração de contratos. Acerca da concepção de um Manual de Conduta Profissional de Design ou uma Ordem para Criativos, com o intuito de proteção, guia e regulação de toda a comunidade criativa dizem serem opções válidas e que poderá ser um apoio que os designers carecem.

4.3 | Survey

Por último, foi realizado um *Survey* (Anexo G) com algumas dos dados retirados ao longo da investigação, como forma de solidificar a conclusão. Desta forma foi possível, num terceiro momento, pedir aos participantes do questionário e da entrevista que validassem com gráficos e informações. As questões foram respondidas com uma Escala de *Likert*, de 0 a 5, sendo 0 “Discordo Totalmente” e 5 “Concordo Totalmente”. Foram recebidas 20 respostas, das quais 19 são válidas. O *survey* é constituído por cinco perguntas, que irá validar, auxiliar a concluir e compreender os dados recolhidos ao longo da investigação.



Figura 37 | Escala de Likert

A primeira questão, “Apesar dos Designers estarem ao abrigo da proteção de Direitos de Autor e Propriedade Intelectual, o Design não está claramente referido em qualquer documento da legislação portuguesa. Considera que devia haver uma atualização da legislação para incluir o Design?” que obteve 4 respostas com nível 4 (concordo) e 15 respostas com nível máximo (concordo totalmente).

Depois, na questão nº2 foi facultado um gráfico que demonstra que existe um baixo nível de conhecimento por parte dos estudantes acerca dos Direitos do Designer e um médio-alto nível por parte dos professores, portanto “Considera que deverá haver um reforço do ensino da matéria nos cursos de ensino superior (modificação do plano de estudos, «workshops», ...)?” onde apenas uma pessoa não respondeu nível 5 (95.7%).

Na terceira questão acerca das associações de designers em Portugal, foi inquirido se consideram importante investir na divulgação de informação/recursos e reforço de relações/parcerias com as restantes associações e universidades para criar uma única comunidade de designers em Portugal mais unida. Ao qual uma pessoa respondeu que discordava, quatro responderam que concordam e 14 responderam que concordam totalmente. Um dos inquiridos refere que considera ser importante uma frente mais unida, mas que discorda só haver uma representação.

De seguida, “Ao contrário de outras profissões, os designers não tendo uma ordem, não necessitam obrigatoriamente de seguir um código deontológico. Ainda assim, considera que a criação de um "Manual/Código de Conduta dos Designers" teria impacto na forma como os designers trabalham?” foi a questão que teve respostas mais diversas: uma pessoa não concorda, 2 responderam neutro (nível 3), 6 pessoas responderam que concordam e 10 que concordam totalmente.

Q4 | Ao contrário de outras profissões, os designers não tendo uma ordem, não necessitam obrigatoriamente de seguir um código deontológico... impacto na forma como os designers trabalham? 19 responses

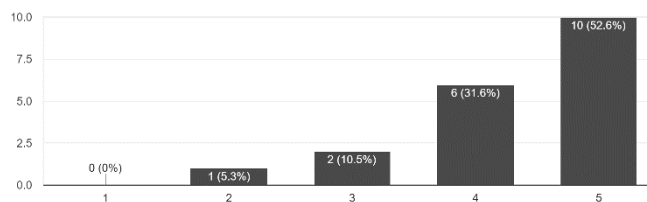


Figura 38 | Gráfico Questão 4 do Survey

Por último, a questão acerca da criação de uma Ordem, a pergunta foi: “Considera que a criação de uma Ordem de Designers seria benéfica para a proteção e regulação da comunidade?”. Uma pessoa discorda totalmente, outra pessoa considera-se neutra perante a questão, 7 pessoas dizem que concordam e 10 que concordam totalmente.

Q5 | Mesmo com um regulamento elaborado, houve tentativas para a criação de uma Ordem perante a Assembleia (PROJECTO DE RESOLUÇÃO N...o para a proteção e regulação da comunidade? 19 responses

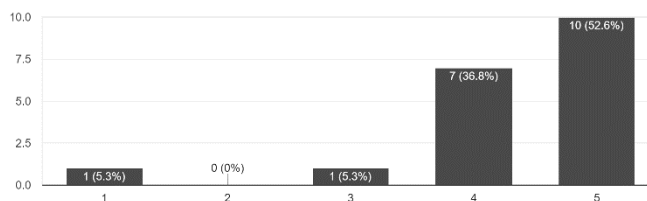


Figura 39 | Gráfico Questão 5 do Survey

4.4 | Conclusão da Análise de Dados e Resultados

Quanto ao ensino, durante os três métodos de recolha de informação, verificou-se que os estudantes não têm as ferramentas necessárias para que se sintam seguros durante o seu percurso profissional. Depois os professores ainda que tenham um nível médio-alto não têm a hipótese de lecionar a informação que os alunos precisam. Quantos aos profissionais a maioria por não ter frequentado nenhuma cadeira acerca de Direitos, caso encontrem determinadas situações legais não saberiam lidar. Quanto questionados sobre a parte legal da proteção do seu trabalho (propriedade intelectual) e a sua proteção enquanto profissional (direitos do trabalhador) afirmam que não se sentem preparados e que o mais certo será contratarem alguém que os ajude. A maioria menciona também que consideram que a implementação de novas metodologias – como workshops e modificações ao plano de estudos – seriam benéficos nos

cursos de ensino superior para colmatar as falhas. Portanto, pode-se concluir que é necessário que os temas estejam mais presentes nos planos de estudo das organizações de ensino. Já em relação à legislação e direitos, maioria dos questionados concordam que é imperativo haver uma atualização das leis para incluir os designers de forma clara. Na vertente da Ordem dos Designers, a maioria concorda e sente-se mais seguro e protegido caso esta exista - principalmente para a regulação da comunidade.

Capítulo 5 | Conclusões

A questão de investigação - *De que forma é que o designer português deve atuar e quais são os seus direitos e proteções como profissional durante o processo criativo?* – foi respondida quando se realizou:

1. uma análise da Responsabilidade Social, Profissional, Ética e Ambiental e as Condutas e Códigos existentes para averiguar como o designer deve atuar e quais são as lacunas existentes atualmente, nomeadamente o ensino;
2. a análise da legislação foi realizada para apurar quais são os Direitos e proteções que o profissional designer tem, incluindo a falta de reconhecimento da profissão pelo governo nas leis portuguesas;
3. uma investigação com estudantes, professores e profissionais designers em três fases (questionário, entrevistas e *survey*) onde foi possível recolher os seus pareceres e confirmar os resultados obtidos ao longo da dissertação.

Como foi constatado, a área do Design e da gestão do Design continuam a não ser reconhecidas pelas suas verdadeiras funções – ou por falta de difusão de informação da matéria. Em Portugal existem 6 mil cidadãos e empresas registadas e mais de 37 mil cursos realizados desde 1995 na área. Para além disso, como foi verificado as organizações que utilizam o design como um assunto no topo da administração têm o melhor desempenho financeiro comparativamente com as restantes (Dore, Kouyoumjian, Sarrazin, & Sheppard, 2018). Não só é uma disciplina que funciona em conjunto com vários sectores, como tem grandes benefícios para a sociedade. Agregado a isso, a Gestão do Design é uma engrenagem essencial para o bom funcionamento das equipas e por consequência o sucesso dos projetos (Borja de Mozota, 2003). Por último, o mercado mostra exigências que o Design Management consegue auxiliar a desbloquear o potencial de forma mais eficaz (Best, 2006). Para Cooper (2011) a gestão do Design desenvolve e alimenta as capacidades do Design em todas as funções da empresa. Ambas são ferramentas importantes para a resolução e desenvolvimento de inúmeras soluções criativas inovadoras que podem trazer benefícios económicos e culturais, tanto ao sector público como ao privado. Em Portugal é necessário que o Governo sensibilize a população, que reconheça o Design como uma área específica no meio para que mais postos de emprego sejam criados e apostar na formação dos jovens designers (Gomes, 2003).

Na vertente da Responsabilidade e Conduta é necessário reforçar o quanto o Design pode ser utilizado de forma questionável e parcial. Deve existir uma preocupação profissional, ética e ambiental. Ainda que neste momento este sentido de responsabilidade advém de cada profissional (de acordo com as suas ideias), seria benéfico a criação de órgãos que regulassem esta situação. Para além disso é também necessário reforçar os planos de ensino e advogar para a sensibilização dos profissionais, como forma de haver um apoio e regulação de grupo. O ensino é extremamente importante como base de um designer consciente do seu papel e das consequências (tanto positivas, como negativas).

Em relação aos Direitos, existem lacunas por parte da legislação da forma como as leis estão escritas, colocando os designers numa posição pouco reconhecida. Ainda que os Códigos e Condutas existentes não sejam oficiais, mostra que existe uma razão válida para a sua implementação. Não há registo de uma profissão que responda às necessidades dos utilizadores que não tenha um código de conduta por ser vital para a identidade e organização do grupo (Brandão, 2005). Outro aspeto importante é a falta de centralização que existe na representação do Design em Portugal. Como foi possível verificar o número de sócios de associações de Design diminuiu num espaço de 10 anos, sendo necessário ativar novamente uma estrutura para que acompanhe a área e os membros. Por não haver uma ordem ou associação indicada pelo Estado, torna-se extremamente complicado para os designers terem um guia ou representação – seja dentro ou fora do país – da sua profissão na sociedade. Por consequência, esta falta de união acaba por influenciar a perceção do seu trabalho pelos restantes. Para o sucesso a longo prazo da área é de extrema importância mitigar esta situação.

Quanto ao ensino, tendo em conta os resultados obtidos na análise do questionário, o ensino não está a responder às lacunas de conhecimento acerca da Responsabilidades e dos Direitos dos designers durante os cursos e após o término. Os estudantes consideram nível mediano do conhecimento de responsabilidades e nível baixo acerca dos direitos. Já os profissionais consideram nível médio-alto nas responsabilidades e médio-baixo acerca dos direitos. No *survey* mais de 95% dos inquiridos consideram que deverá haver um reforço no ensino da matéria nos cursos, seja por atualização dos planos de estudo ou implementação de *workshops*. Nas entrevistas realizadas por Ferreira (2009) foi possível averiguar que a Organização e Deontologia é um tema relevante na formação dos designers - onde é importante realçar a importância das intenções e os impactos que o Design pode causar. A autora reforça, numa entrevista realizada no âmbito da dissertação em questão, que a conclusão principal que chegou na sua dissertação e tese foi que é através do ensino académico que será possível dar

as ferramentas e o conhecimento para que o profissional saiba atuar no seu percurso profissional – principalmente acerca das leis que os protegem e a deontologia. Através do ensino será possível sensibilizar os jovens designers para as questões relacionadas com os temas relevantes mencionados e daí terem toda a informação necessárias para alcançarem o sucesso.

Como referido, o papel do gestor de Design já sofreu várias mudanças ao longo da sua existência. De acordo com Cooper (2011) atualmente a liderança de Design ajuda a atingir objetivos como fazer a empresa sustentável no contexto global de bem-estar social. Portanto o gestor de Design deverá ter como função gerir a equipa de forma a que haja respeito e que tenham em mente os interesses de todos os envolvidos (colegas, empresa, público) no decorrer dos projetos. Todos os designers deverão também assegurar-se que não há conflito de interesses, advogar as boas práticas profissionais e ter de alertar para as implicações ambientais, económicas, sociais e culturais que o trabalho que está a gerir tenha.

Existe uma oportunidade e procura para a escolha de uma organização ou ordem que seja a representação oficializada pelo governo Português de acordo com 93% de inquiridos no questionário e 89% no *survey*. Para além disso, 96% no questionário e 84% no *survey* considera que a implementação de um código de conduta ajudaria a estruturar a área do Design. Por essa razão, caso seja formulada uma representação oficial, esta poderá implementar um código de conduta para regulação oficial, representar dos vários núcleos existentes com uma frente unida com o mesmo objetivo, auxílio aos novos profissionais e ainda representar o Design português dentro e fora do país. Assim, conclui-se que há uma necessidade de gerir a área do Design de forma a que a profissão possa prosperar, crescendo num ritmo controlado e de forma a conseguir apoiar os designers durante o seu percurso académico e profissional.

Limitações

Esta seção declara as limitações encontradas no contexto da investigação da dissertação, sendo importante compreender as dificuldades e restrições metodológicas ou pessoais que influenciaram o desenvolvimento do estudo.

Limitação nº1: Falta de pesquisa anteriores sobre o tema. Existe pouca literatura portuguesa e por essa razão não dá azo a uma maior exploração do tema. Mesmo com auxílio

a literatura estrangeira, considera-se que o tema ainda está muito embrionário. Este é o ponto principal que levou a cabo a investigação, por ser tão importante, mas tão pouco discutido.

Limitação nº2: Restrições derivadas da Pandemia. O surto de COVID-19 levou a que a disponibilidade de espaços e praticantes fosse reduzida, principalmente na zona de Lisboa. Desde de alterações no emprego, preocupações da saúde e atrasos em entregas de livros foram apenas algumas das razões que influenciaram o ritmo do estudo. Por essa razão, o Governo decretou que as Faculdades tivessem de alargar os prazos de entrega e com o auxílio de métodos digitais foi possível colmatar algumas situações, para que fosse exequível a entrega dentro dos prazos.

Limitação nº3: Tamanho da amostra. Numa investigação onde o público-alvo são os profissionais de Design em Portugal, o tamanho da amostra foi relativamente pequena. Mesmo assim, obteve-se respostas de várias partes do país, tornando a investigação mais rica mostrando perspetivas diferentes.

Ainda assim, da mesma forma que não há muita investigação realizada sobre o tema, há um enorme potencial para o avanço dos estudos acerca da Responsabilidade, Direitos e Conduta no Design. As restrições da Pandemia levaram a uma adaptação rápida por parte dos participantes e uma entajuda com colegas e professores, num momento coletivo complicado. Contudo, as restrições mencionadas não comprometeram a qualidade da investigação e qualquer limitação pode ser colmatada com estudos futuros.

Recomendações futuras

Na sequência do presente trabalho acerca da *Responsabilidade, Direitos e Conduta no Design* é importante reforçar novamente que o tema está muito pouco desenvolvido nacional e internacionalmente. Por essa razão, estes primeiros passos têm como função despertar uma conversa séria da urgência que é educar e sensibilizar o que a área do Design traz para a sociedade. Quaisquer estudos que sigam este caminho terão um enorme impacto na vida profissional de milhares de pessoas e milhões de cidadãos. Com isto em mente, será extremamente interessante seguir as seguintes recomendações para investigações futuras:

1. primeiro, recomenda-se que continuação da investigação iniciada com recurso a mais profissionais da área de Direito e legislação;

2. analisar a fundo as legislações de outros países que estejam mais desenvolvidos no tema (por exemplo Inglaterra, Brasil, Estados Unidos da América) e qual foi o percurso que tiveram até agora;
3. analise e proposta de atualização das legislações portuguesas, tal como as futuras legislações europeias mencionadas no documento;
4. analisar a influência de um *workshop* (ou *focus group*) acerca dos temas num grupo de estudantes e profissionais, verificando as possíveis alterações observadas;
5. depois, realizar um questionário com uma amostra maior, com o objetivo de representar mais indivíduos em Portugal e ter um conhecimento mais profundo acerca dos problemas existentes em vários pontos do país;
6. elaborar um código de conduta profissional português com base no que foi analisado neste documento, com o objetivo de mais tarde ser oficializado pelas entidades governamentais;
7. continuar a recolha de informação legal, auxílio na recolher assinaturas e na reativação do Projeto de Resolução N.º559/X na Assembleia da República com o objetivo de criar de uma Ordem de Designers para auxílio e proteção dos profissionais de Design em Portugal;
8. analisar *Case Studies* onde se poderá analisar uma empresa onde o gestor de Design tenha implementado algum elemento de conduta e responsabilidade, verificando as mudanças que a implementação possa refletir na sua equipa (comparar as realidades);
9. recolher informação e entrevistar estabelecimentos de ensino de Design, para a análise dos planos de estudo e verificar a existência de elementos de Responsabilidade e Direitos do designer;
10. por último, será interessante com a informação recolhida do ponto anterior elaborar um plano de estudos que englobe os elementos necessários para facultar aos estudantes de Design todas as ferramentas e conhecimento que necessitem para o seu sucesso no percurso profissional em Portugal.

Bibliografia

- ADP: Associação dos Designers de Produto. (2004). *Código de Ética Profissional do Design de Produto*.
- Agapito, D., Almeida, H., Almeida, M., Fernandes, S., & Lacerda, A. (2015). *O Perfil do Designer e o Papel do Design nas Empresas em Portugal*. Em *Design* (1º Edição). Sílabas & Desafios.
- AGDA. (2012). *Code of Ethics* (p. 3). p. 3. Obtido de <http://archive.agda.com.au/aboutagda/more/codeofethics.html>
- AIGA. (1994). *AIGA Standards of professional practice*. Obtido de <https://www.aiga.org/standards-professional-practice/>
- AIGA. (2009). *Design Business + Ethics*. Richard Crefé, AIGA.
- Alcina, M. C. M. de O. P. (2013). *A Problemática do Design em Portugal - Responsabilidade Cultural e Social do Designer*. Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias Escola de Comunicação, Arquitetura, Artes e Tecnologias da Informação.
- Almeida, V. (2009). *O Design em Portugal, um Tempo e um Modo. A institucionalização do Design Português entre 1959 e 1974*. (Dissertação de Mestrado). Universidade de Lisboa, Faculdade de Belas-Artes, 382.
- Almeida, V. (sem data). Design em Portugal: Da Democratização à Popularização. Em *Design et Al - Dez Perspectivas Contemporâneas* (pp. 187–206). D. Quixote.
- Alvez, H. (2017). *O paradoxo da responsabilidade Criativa*. IADE UE.
- Ambrose, G., & Harris, P. (2010). *Basics Design 08: Design Thinking*. Obtido de <https://books.google.com/books?id=9klpFfZDnWgC&pgis=1>
- American Psychological Association. (2010). *Publication manual of the American Psychological Association*. Washington (DC): APA.

AND. (sem data). Petição Pública: Regulação profissional dos Designers Portugueses. Obtido de <https://peticaopublica.com/?pi=PT80581>

APD. (1976). *Estatutos Associação Portuguesa de Designers* (p. 13). p. 13. Obtido de <http://www.gcd.pt/docs/CodigoDesigners.pdf>

APD. (sem data). *Institucionalização do Design em Portugal*. Obtido de <http://app.parlamento.pt/webutils/docs/doc.pdf?path=6148523063446f764c324679626d56304c334e706447567a4c31684a5355786c5a793944543030764d54424455314e554c306455515656454d54425953556b765247396a6457316c626e52766330466a64476c32615752685a4756446232317063334e686279396c4e4749314f5455784d6930324d7a63784c5451774f546b7459544e6a5a533031597a64694e5749324e5755324f5749756347526d&fi ch=e4b59512-6371-4099-a3ce-5c7b5b65e69b.pdf&Inline=true>

Assembleia da República. (2005). *Constituição da República Portuguesa*. Obtido de <https://www.parlamento.pt/Legislacao/Paginas/ConstituicaoRepublicaPortuguesa.aspx>. Acedido em 12 de junho de 2020

Baptista, T. C. (2002). *Da Ontologia à Deontologia do Design: Reflexão sobre os valores do design face às realidades sociais e ambientais do início do século XXI*. Universidade do Porto.

Barradas, B. T. (2018). *Associações Profissionais de Design no Contexto Atual Português*. Obtido de <http://hdl.handle.net/10437/5220%0Ahttp://hdl.handle.net/10400.5/17824>

Bartolo, J. (2015). *Design Português - Cronologia 1960/2015*. Cardume Editores.

BEDA. (sem data). *About us*. Obtido de <https://www.beda.org/about-us/>

Benton, S., Miller, S., & Reid, S. (2018). *The Design Economy 2018*. 163. Obtido de <https://www.designcouncil.org.uk/resources/report/design-economy-2018>

Berman, D. (2013). *Do Good Design*. Berkeley: New Riders.

Best, K. (2006). *Design Management - Managing Design Strategy, Process and Implementation*. AVA Publishing SA.

- Best, K. (2010). *The Fundamentals of Design Management*.
<https://doi.org/10.5040/9781350089044>
- Boone, B. (2017). *Ethics 101 - From Altruism and Utilitarianism to Bioethics and Political Ethics, an Exploration of the Concepts of Right and Wrong*. Adams Media.
- Borja de Mozota, B. (2003). *Design Management - Using Design to Build Brand Value and Corporate Innovation*. Allworth Press.
- Borja de Mozota, B., & Wolff, F. (2019). *Forty years of research in design management: A review of literature and directions for the future*. *Strategic Design Research Journal*, 12(1), 4–26. <https://doi.org/10.4013/sdrj.2019.121.02>
- Bowles, C. (2018). *Future Ethics*. NowNext Press.
- Brandão, P. (2005). *Ética e Profissões, no Design Urbano: Convicção, Responsabilidade e Interdisciplinaridade. Traços da Identidade Profissional no Desenho da Cidade*. Universidade de Barcelona.
- Brown, B. (2019, novembro). *Experience Design*. Comunicação apresentada no 10th International Conference Senses & Sensability UNIDCOM-IADE, Lisboa.
- Brown, T. (2009). *Change by Design*. New York: Harper.
- Brown, T. (2012). Design Thinking. *Harvard Business Review*, 85.
<https://doi.org/Academico/Material Didatico/Bibliografia 2016>
- Bürdek, B. E. (2015). *Design: History, theory and practice of product design*. Em B. Basel (Ed.), *Design: History, Theory and Practice of Product Design*.
- Comissão Europeia. (sem data). *Evaluation of EU legislation on design protection*. Obtido de ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/1846-Evaluation-of-EU-legislation-on-design-protection/public-consultation
- Comissão Europeia. *O Processo de Bolonha e o Espaço Europeu do Ensino Superior*. Obtido de https://ec.europa.eu/education/policies/higher-education/bologna-process-and-european-higher-education-area_pt. Acedido em 5 de julho de 2020

- Cook, J., Oreskes, N., Doran, P. T., Anderegg, W. R. L., Verheggen, B., Maibach, E. W., ... Rice, K. (2016). Consensus on consensus: a synthesis of consensus estimates on human-caused global warming. *Environmental Research Letters*, 11(4), 048002.
<https://doi.org/10.1088/1748-9326/11/4/048002>
- Cooper, A., Reimann, R., & Cronin, D. (2012). *About Face 3: The Essentials of Interaction Design*. Obtido de
<http://books.google.com/books?hl=ca&lr=&id=e75G0xIJju8C&pgis=1>
- Cooper, R., Junginger, S., & Lockwood, T. (2009). Design Thinking and Design Management: A Research and Practice Perspective. *Design Management Review*, 20(2), 46–55. <https://doi.org/10.1111/j.1948-7169.2009.00007.x>
- Cooper, R., Junginger, S., & Lockwood, T. (2011). The Handbook of Design Management. Em R. Cooper, S. Junginger, & T. Lockwood (Eds.), *The Handbook of Design Management*. <https://doi.org/10.5040/9781474294126>
- Dalrymple, M., Pickover, S., & Sheppard, B. (2020). Are You Asking Enough From Your Design Leaders? *McKinsey Quarterly*, (February), 11. Obtido de
<https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Business Functions/McKinsey Design/Our insights/Are you asking enough from your design leaders/Are-you-asking-enough-from-your-design-leaders.ashx>
- Deontological Ethics. (2007). Obtido 26 de Dezembro de 2019, de Stanford Encyclopedia of Philosophy website: <https://plato.stanford.edu/entries/ethics-deontological/#DeoTheKan>
- Design, C. P. do. (1997). *Manual de Gestão de Design*. Porto Editora.
- Design, C. P. do. (2003). *Design Protegido*. Lisboa: GAPIdesign.
- Designers querem criar ordem profissional com sede no Porto. (2016). *Rádio Renascença*. Obtido de <https://rr.sapo.pt/2016/09/23/economia/designers-querem-criar-ordem-profissional-com-sede-no-porto/noticia/64417/>

- Designers. Profissão sem controlo pode ganhar uma Ordem em 2012. (2011). *Jornal i*.
Obtido de <https://ionline.sapo.pt/artigo/426892/designers-profissao-sem-controlo-pode-ganhar-uma-ordem-em-2012?seccao=Portugal>
- Deterding, S. (2011). *O que os nossos «designs» revelam sobre nós*. Obtido de https://www.youtube.com/watch?v=PYQ4V-Oc0ao&t=125s&ab_channel=TEDxTalks
- Devon, R., & Van De Poel, I. (2004). Design Ethics: The Social Ethics Paradigm. *International Journal of Engineering Education*, 20(3), 461–469.
- DGES. (sem data). Reconhecimento de Graus e Diplomas. Obtido 10 de Maio de 2020, de <https://www.dges.gov.pt/pt/pagina/reconhecimento>
- DGEEC. (sem data) *Inquérito ao Registo de Alunos Inscritos e Diplomados do Ensino Superior*. Obtido de <https://www.dgeec.mec.pt/np4/EstatDiplomados/>.
- Diário da República. (2009). *Código de Trabalho*. Obtido de <https://dre.pt/legislacao-consolidada/-/lc/34546475/view>. Acedido em 13 de junho de 2020
- Dore, F., Kouyoumjian, G., Sarrazin, H., & Sheppard, B. (2018). The Business Value of Design. *McKinsey Quarterly*, 2018(4), 58–72. Obtido de <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Business Functions/McKinsey Design/Our insights/The business value of design/The-business-value-of-design-full-report.ashx>
- Dormer, P. (1995). *Os Significados do Design Moderno A Caminho do Século XXI*. Centro Português de Design.
- Duarte, C. (2016). O design, a criatividade e a economia nacional. *Público*. Obtido de <https://www.publico.pt/2016/04/27/economia/opinia/o-design-a-criatividade-e-a-economia-nacional-1730188>
- Emigre nº 51. (1999). *First Things First Manifesto 2000*. Obtido de <https://www.emigre.com/Magazine/51>. Acedido em 22 de Fevereiro de 2020
- Encyclopedia.com. (2019). *Design Ethics*. 1–4.

- Entrevista ao Dr. Nuno Sá Leal. (5 de junho de 2020). Entrevista Dr. Nuno Sá Leal_Transcrição.pdf. Disponível em:
<https://drive.google.com/drive/folders/1ykJ1ld1cD7kdKYkdY4HPv2a6wK3GmlwL?usp=sharing>
- Entrevista à Dra. Denise Ferreira. (12 de fevereiro de 2020). Entrevista Dra. Denise Ferreira_Transcrição.pdf. Disponível em:
<https://drive.google.com/drive/folders/1ykJ1ld1cD7kdKYkdY4HPv2a6wK3GmlwL?usp=sharing>
- Erlhoff, M., & Marshall, T. (2008). *Design Dictionary - Perspectives on Design Terminology*. Birkhäuser Verlag AG.
- Escobar, A. (sem data). *Notes on the Ontology of Design*. <https://doi.org/10.1111/j.1475-4975.1981.tb00436.x>
- Ethics, E. of S. T. and. (2020). Design Ethics. Obtido de <https://www.encyclopedia.com/science/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/design-ethics>
- Ethics For Design – Iterative Documentary*. Obtido de <https://ethicsfordesign.com/watch>.
Acedido em 6 de fevereiro de 2020
- Felton, E. (2012). *Design and Ethics*. Routledge.
- Ferreira, A. (2007). Ética e Design. Em *Ética e profissões, Desafios da modernidade* (pp. 1–7). Lisboa: Universidade Lusíada Editora.
- Ferreira, D. (2009). *Design Reconhecido: Organização e Deontologia*. (Dissertação de Mestrado). Universidade Técnica de Lisboa: Faculdade de Arquitetura.
- Ferreira, D. (2015). *Criações de Design: Base da Análise Jurídica da Propriedade Intelectual do Design*. (Tese de Doutoramento). Universidade de Lisboa: Faculdade de Arquitetura.
- Friedrichs, H. (2018). *Design e Ética: Sobre a Proposição de um Dispositivo Pluriético*. UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS.

- Gancho, S. (2015). *The Value and Importance of Design When Branding in Social Media*. Lancaster University – Faculty of Arts and Social Sciences.
- Germano, J. (2017). *Design Consciente: Uma Reflexão* (Vol. 51). Universidade do Porto.
- Gispen, J. (2017). Ethics for Designers. Obtido de <https://www.ethicsfordesigners.com/>.
Acedido em 5 de abril de 2020
- Goleman, D. (2010). *Ecological Intelligence – The Coming Age of Radical Transparency*. London: Penguin Books.
- Gomes, A. C. (2003). *Design em Portugal - Qualidade e Ensino* (2º Edição; I. P. de C. Branco, ed.). IPCB.
- Graphic Designers Of Canada. (2019). *Code Of Ethics* (p. 7). p. 7.
- Hands, D. (2018). *Design Management - The Essential Handbook* (1º Edição). Kogan Page.
- Haug, A. (2017). Educating ethical designers. *International Journal of Technology and Design Education*, 27(4), 655–665. <https://doi.org/10.1007/s10798-016-9367-y>
- Heller, S., & Vienne, V. (2003). *Citizen Designer: Perspectives on Design Responsibility* (1º Edição). Allworth.
- Henriques, A. M. (2012). Portugal tem 22 mil designers e isso é uma “completa loucura”. *Público*. Obtido de <https://www.publico.pt/2012/09/13/p3/noticia/portugal-tem-22-mil-designers-e-isso-e-uma-completa-loucura-1814468>
- Ico-D. (2005). *Model Code of Professional Conduct for Designers*. Obtido de https://www.ico-d.org/database/files/library/icoD_BP_CodeofConduct.pdf
- ICSID. (2010). *Code of Professional Ethics* (p. 3). p. 3. Obtido de <https://fddocuments.in/document/icsid-code-of-ethics.html>
- IDEO. (2016). *The Little Book of Design Research Ethics* (1º Edição). IDEO.
- IGAC. (sem data). *História do direito de autor*. Obtido de www.igac.gov.pt/historia. Acedido em 16 de agosto de 2020

- Indie. (2017). *Ethical Design Manifesto*. Obtido de <https://2017.ind.ie/ethical-design/downloads/ethical-design.pdf>
- Indie. (sem data). *Ethical Design*. Obtido de <https://2017.ind.ie/ethical-design/>
- INE. (2020). Empresas (N.º) por Atividade económica e Forma jurídica. Obtido de https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0006569&contexto=bd&selTab=tab2&xlang=pt
- INPI. (2019). Avaliação da legislação da UE em matéria de proteção de Design. Obtido de <http://inpi.justica.gov.pt/Noticias-do-INPI/Avaliacao-da-legislacao-da-UE-em-materia-de-protecao-de-Design>
- INPI. (sem data). Página Oficial do Instituto Nacional de Propriedade Industrial. Obtido 10 de Maio de 2020, de <https://inpi.justica.gov.pt/>
- Jonas, W. (2006). A Special Moral Code for Design? *Design Philosophy Papers*, 4(2), 117–132. <https://doi.org/10.2752/144871306X13966268131596>
- Justiça, M. da. (2020). Propriedade Industrial. Obtido 25 de Fevereiro de 2020, de <https://justica.gov.pt/Registos/Propriedade-Industrial>
- Kant, I. (1997). *Fundamentação da Metafísica dos Costumes*. Obtido de http://www.almedina.net/catalog/product_info.php?products_id=3996
- Kirkman, R., Fu, K., & Lee, B. (2017). Teaching ethics as design. *Advances in Engineering Education*, 6(2), 1–17. <https://doi.org/10.18260/3-1-170.370.620-31326>
- Kleinman, P. (sem data). *Philosophy 101 - From Plato And Socrates To Ethics And Metaphysics, An Essential Primer On The History Of Thought Paul*. Adams Media.
- Kotler, P., & Alexander Rath, G. (1984). Design: A Powerful But Neglected Strategic Tool. *Journal of Business Strategy*, 5(2), 16–21. <https://doi.org/10.1108/eb039054>
- Ludden, G. (2020, junho). *Design Health and Behaviour*. Comunicação apresentada na UNIDCOM-IADE DDC Conference, Lisboa.

- Lusa. (2010). Design: Associações querem criar Ordem para «defender profissionais e consumidores». *Correio do Minho*. Obtido de <https://www.correiodominho.pt/noticias/design-associacoes-querem-criar-ordem-para-defender-profissionais-e-consumidores/37552>
- Lusa. (2019). PE: Centro Português de Design «poderá» ser reativado pelo Governo. *Diário de Notícias*. Obtido de <https://www.dn.pt/lusa/pe-centro-portugues-de-design-podera-ser-reativado-pelo-governo-10798004.html>
- MacAvery Kane, E. (2010). *Ethics: A Graphic Designer's Field Guide*. Obtido de <http://www.ethicsingraphicdesign.org/field-guide/>
- Marinho de Almeida, V. M. (2009). *O Design em Portugal, um Tempo e um Modo - A institucionalização do Design Português entre 1959 e 1974*. Universidade de Lisboa: Faculdade de Belas-Artes.
- Maslow, A. H. (1970). Psychology and teaching - Motivation and personality. Em *Psychology in the Schools* (2º Ed.). [https://doi.org/10.1002/1520-6807\(197010\)7:4<410::aid-pits2310070426>3.0.co;2-3](https://doi.org/10.1002/1520-6807(197010)7:4<410::aid-pits2310070426>3.0.co;2-3)
- McCarthy, S. (2010). Who's responsible? We need to redefine the ethical implications of design. *EyeMagazine*. Obtido de <http://www.eyemagazine.com/blog/post/whos-responsible>
- Mitcham, C. (1995). Ethics into Design. Em R. Buchanan & V. Margolin (Eds.), *Discovering Design. Explorations in Design Studies*. (pp. 173–189). <https://doi.org/10.1073/pnas.1005279107>
- Monteiro, J. (2004). *Responsabilidade Social do Design - O Caso Markthink*. Coimbra: Markthink.
- Monteiro, M. (2017). *A Designer's Code of Ethics*. Obtido de <https://deardesignstudent.com/a-designers-code-of-ethics-f4a88aca9e95>

- Moore, S. (2014). Ethics and Design: Rethinking Professional Ethics as Part of the Design Domain. Em *Design in Educational Technology* (pp. 185–204).
https://doi.org/10.1007/978-3-319-00927-8_11
- Oakley, M. (1990). *Design Management: A Handbook of Issues and Methods*. Oxford: Blackwell Pub.
- ONU (1948). *Declaração Universal dos Direitos Humanos*. Obtido de <https://dre.pt/declaracao-universal-dos-direitos-humanos>. Acedido em 5 de junho de 2020
- Ordem dos Advogados (2020). Ordem dos Advogados celebra 94 Anos. Obtido de <https://portal.oa.pt/ordem/historia/ordem-dos-advogados-celebra-94-anos/>. Acedido em 10 de outubro de 2020.
- Ordem dos Arquitetos. (sem data). Sobre a Ordem dos Arquitetos. Obtido de <https://www.arquitectos.pt/index.htm?no=101068>. Acedido em 10 de outubro de 2020.
- Ortiz, S. Y. (2014). *Ética y Design: Responsabilidades Éticas en el Proyecto de Design*. (Dissertação de Mestrado). FBAUL.
- Papanek, V. (1984). *Design for the Real World - World Human Ecology And Social Change* (2nd Editio). New Iorque: Bantam Books.
- Papanek, V. (1995). *The Green Imperative: Ecology and Ethics in Design and Architecture*. Thames & Hudson.
- Perez, A. L. (2018). *Desenho de um Comportamento Profissional: O Código de Ética e Disciplina do Arquiteto e Urbanista no Brasil*. Universidade De São Paulo Faculdade De Arquitetura E Urbanismo Ana.
- Plonka, B. (2018). *Implementing CSR in the Fashion Industry: Measuring the Designers' Perceptions and Commitment*. IADE UE.
- Portuguesa, R. (2009). *Código do Trabalho*. Obtido de https://www.unl.pt/sites/default/files/codigo_do_trabalho.pdf

- Potter, N. (2002). *What is a designer: things, places, messages*. Londres: Hyphen Press.
- Poynor, R. (sem data). *First Things First Revisited*. Obtido 21 de Abril de 2020, de <https://www.emigre.com/Essays/Magazine/FirstThingsFirstRevisited>
- Regadas, P. M. S. (2012). *O posicionamento do designer como Gestor: Uma nova relação com as empresas/organizações*. (Dissertação de Mestrado). Universidade de Aveiro.
- Relph-Knight, L. (sem data). *How can design help the public sector?* Obtido de Design for Europe website: <http://designforeurope.eu/how-can-design-help-public-sector>
- Review, W. T. (sem data). *A design for life: why EU design regulation needs to be reformed*. Obtido de <https://www.worldtrademarkreview.com/brand-management/design-life-why-eu-design-regulation-needs-be-reformed-0>
- Robert, L. (2006). *Good: An Introduction to Ethics in Graphic Design*. AVA Publishing.
- RSA. (24 de abril de 2018). *Design and the Fourth Industrial Revolution*. Great Room Auditorium, RSA House. Obtido de: <https://www.youtube.com/watch?v=TLMK6carA-0>
- Russ, T. (2010). Sustainability and Design Ethics. Em *Sustainability and Design Ethics*. <https://doi.org/10.1201/9781439808559>
- Rutledge, A. (2017). *Code of Professional Conduct*. Obtido de <http://designproacademy.org/code-of-professional-conduct.html>
- Savater, F. (2005). *Ética para um jovem* (24ª Edição; D. Quixote, ed.). Editorial Presença.
- Schwab, K. (2016). *The Fourth Industrial Revolution*. New York: Crown Business.
- Schwab, K. (2018). *Shaping the Future of the Forth Industrial Revolution*. Em *Journal of Chemical Information and Modeling*. New York: Currency.
- Shedroff, N. (2009). *Design Is the Problem: The Future of Design Must be Sustainable* (1ª Edição). Rosenfeld Media.
- Singer, P. (2000). *Ética Prática*. Gradiva.

- Sommers-Flanagan, R., & Sommers-Flanagan, J. (2006). *Becoming an Ethical Helping Professional: Cultural and Philosophical Foundations*. Wiley.
- Sousa, B. (2012). *A Gestão do Design em Português - Gestão do Design ou Design Holístico?* ESAD, Arte e Design, 180.
- Souto, M. H. (2009). *História do Design em Portugal I - Reflexões* (1ª Edição). IADE Edições.
- Sweeting, B. (2018). *Wicked Problems in Design and Ethics*. https://doi.org/10.1007/978-4-431-55639-8_5
- The European IPR Helpdesk. (2017). *Fact Sheet: Copyright essentials*. 1–14. Obtido de www.iprhelpdesk.eu
- UE. (2016). *Innobarometer 2016 - EU Business Innovation Trends*. <https://doi.org/10.2873/791491>
- UE. (sem data). *About Creative Europe*. Obtido de https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/about_en
- UE. (2014). *Regulamento académico - V Normas dos Trabalhos Científicos* (pp. 1–12). pp. 1–12.
- UE. (2016). *Innobarometer 2016 - EU business innovation trends*. Obtido de <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/69e52157-2ba9-11e6-b616-01aa75ed71a1>. Acedido em 17 de junho de 2020
- UE. (2020). *Direitos de propriedade intelectual*. Obtido de https://europa.eu/youreurope/business/running-business/intellectual-property/rights/index_pt.htm. Acedido em 5 de agosto de 2020
- Walsh, V. (1996). *Design, innovation and the boundaries of the firm*. *Research Policy*, 25(4), 509–529. [https://doi.org/10.1016/0048-7333\(95\)00847-0](https://doi.org/10.1016/0048-7333(95)00847-0)
- Walsh, V., Roy, R., Bruce, M., & Potter, S. (1992). *Winning by Design: Technology, Product Design and International Competitiveness*. Oxford, UK: Blackwell Publishers.

WDO. (sem data). *About Us*. Obtido de <https://wdo.org/about/>

Whitbeck, C. (1996). *Ethics as Design: Doing Justice to Moral Problems*. The Hastings Center Report, 26(3), 9. <https://doi.org/10.2307/3527925>

WORTH. (sem data). *The impact of design on the economy*. Obtido de <https://www.worthproject.eu/the-impact-of-design-on-the-economy/>

Anexo B | Manifesto *First Things First*

FIRST THINGS FIRST MANIFESTO 2000

We, the undersigned, are graphic designers, art directors and visual communicators who have been raised in a world in which the techniques and apparatus of advertising have persistently been presented to us as the most lucrative, effective and desirable use of our talents. Many design teachers and mentors promote this belief; the market rewards it; a tide of books and publications reinforces it.

Encouraged in this direction, designers then apply their skill and imagination to sell dog biscuits, designer coffee, diamonds, detergents, hair gel, cigarettes, credit cards, sneakers, butt toners, light beer and heavy-duty recreational vehicles. Commercial work has always paid the bills, but many graphic designers have now let it become, in large measure, *what graphic designers do*. This, in turn, is how the world perceives design. The profession's time and energy is used up manufacturing demand for things that are inessential at best.

Many of us have grown increasingly uncomfortable with this view of design. Designers who devote their efforts primarily to advertising, marketing and brand development are supporting, and implicitly endorsing, a mental environment so saturated with commercial messages that it is changing the very way citizen-consumers speak, think, feel, respond and interact. To some extent we are all helping draft a reductive and immeasurably harmful code of public discourse.

There are pursuits more worthy of our problem-solving skills. Unprecedented environmental, social and cultural crises demand our attention. Many cultural interventions, social marketing campaigns, books, magazines, exhibitions, educational tools, television programs, films, charitable causes and other information design projects urgently require our expertise and help.

We propose a reversal of priorities in favor of more useful, lasting and democratic forms of communication - a mindshift away from product marketing and toward the exploration and production of a new kind of meaning. The scope of debate is shrinking; it must expand. Consumerism is running uncontested; it must be challenged by other perspectives expressed, in part, through the visual languages and resources of design.

In 1964, 22 visual communicators signed the original call for our skills to be put to worthwhile use. With the explosive growth of global commercial culture, their message has only grown more urgent. Today, we renew their manifesto in expectation that no more decades will pass before it is taken to heart.

Jonathan Barnbrook Nick Bell Andrew Blauvelt Hans Bockting Irma Boom Sheila Levrant de Bretteville
Max Bruinsma Siân Cook Linda van Deursen Chris Dixon William Drenttel Gert Dumbar Simon Esterson Vince Frost
Ken Garland Milton Glaser Jessica Helfand Steven Heller Andrew Howard Tibor Kalman Jeffery Keedy
Zuzana Licko Ellen Lupton Katherine McCoy Armand Hevis J. Abbott Miller Rick Poyner Lucienne Roberts
Erik Spiekermann Jan van Toorn Teal Triggs Rudy VanderLans Bob Wilkinson

Emigre n° 51. (1999). *First Things First Manifesto 2000*. Obtido de <https://www.emigre.com/Magazine/51>. Acedido em 22 de Fevereiro de 2020

Anexo C | Constituição Portuguesa Direitos, Liberdade e Garantias Pessoais

TÍTULO II Direitos, liberdades e garantias | CAPÍTULO I Direitos, liberdades e garantias pessoais | Artigo 37.º Liberdade de expressão e informação

1. Todos têm o direito de exprimir e divulgar livremente o seu pensamento pela palavra, pela imagem ou por qualquer outro meio, bem como o direito de informar, de se informar e de ser informados, sem impedimentos nem discriminações.
2. O exercício destes direitos não pode ser impedido ou limitado por qualquer tipo ou forma de censura.
3. As infrações cometidas no exercício destes direitos ficam submetidas aos princípios gerais de direito criminal ou do ilícito de mera ordenação social, sendo a sua apreciação respetivamente da competência dos tribunais judiciais ou de entidade administrativa independente, nos termos da lei.
4. A todas as pessoas, singulares ou coletivas, é assegurado, em condições de igualdade e eficácia, o direito de resposta e de retificação, bem como o direito a indemnização pelos danos sofridos.

Assembleia da República. (2005). *Constituição da República Portuguesa*. Obtido de

<https://www.parlamento.pt/Legislacao/Paginas/ConstituicaoRepublicaPortuguesa.aspx>.

Acedido em 12 de junho de 2020

Anexo D | Projecto de Resolução N.º 559/X

24 DE JULHO DE 2009

PROJECTO DE RESOLUÇÃO N.º 559/X (4.ª)

RECOMENDA AO GOVERNO QUE LEGISLE DE MODO A CRIAR A CÂMARA DOS DESIGNERS

Exposição de motivos

Existem hoje em dia cerca de 37 escolas de design em Portugal. Desde os anos 70, e por números obtidos através de informação publicada na internet de formandos por ano, chegamos á conclusão de que existem cerca de 16 000 designers em Portugal com habilitação própria.

A APD — Associação Portuguesa de Designers existe desde 1976 em Portugal. O Design tem sido praticado ao longo dos anos por pessoas cujo valor é reconhecido mas que não têm habilitação própria na área ou, que não têm mesmo habilitação.

Actualmente os designers não têm representatividade perante os organismos de Estado (Governo, Assembleia da República, órgãos de poder local e sociedade em geral).

Foi por iniciativa do Grupo Parlamentar do CDS-PP que foi incluído no Código do IRS um CAE referente à profissão de designers.

Hoje em dia o ensino do design é feito, em alguns casos, por pessoas sem habilitação própria na área. Infelizmente é prática que começa a ser cada vez mais frequente a palavra design ser utilizada impunemente por qualquer pessoa singular ou colectiva no sentido de beneficiar interesses próprios. Grande parte dos problemas que os designers enfrentam actualmente poderiam ser resolvidos se for criada a câmara dos designers. Esta criação irá permitir a integração de todos os que são considerados pelo seu trabalho e importância como designers. Permitirá igualmente o reconhecimento por parte do poder local, partidos políticos, Assembleia da República, Governo, estabelecimentos de ensino público e privado, bem como da sociedade em geral.

Uma câmara de designers abrirá as portas para que os licenciados possam começar a utilizar os seus conhecimentos, beneficiando a sociedade e levando á recuperação dos investimentos efectuados na sua formação. No mesmo sentido permitirá estabelecer planos de actuação tendentes ao auxílio por parte da classe na recuperação e evolução económica. Da

mesma forma levará à correcta utilização da palavra design, acabando com situações menos claras perante o consumidor e a sociedade em geral.

Esta criação irá levar a que seja estabelecido um plano concreto de acreditação dos cursos de design, no sentido de elevar a sua excelência não só no nosso país mas também a nível internacional (lembramos que as cadeiras de «projecto» e «design» em algumas escolas são dadas por pessoas sem habilitação ou reconhecimento na área).

Por último, a utilização do design através de técnicos devidamente formados e acreditados leva a uma melhor utilização de alguns recursos públicos, beneficiando o País em geral (lembramos a sinalização rodoviária, a facilidade de utilização de formulários públicos, à optimização dos recursos informáticos, passando pelos recursos urbanos e rurais nas suas mais diferentes facetas, etc.)

Assim, o Grupo Parlamentar do CDS-PP apresenta o seguinte projecto de resolução:

Nos termos da alínea b) do artigo 156.º da Constituição e da alínea b) do n.º 1 do artigo 4.º do Regimento, a Assembleia da República recomenda ao Governo que:

Nos termos e para os efeitos previstos no n.º 1 do artigo 6.º da Lei n.º 6/2008, de 13 de Fevereiro, elabore um estudo tendente à criação da câmara de designers.

Assembleia da República, 21 de Julho de 2009

Os Deputados do CDS-PP: Pedro Mota Soares — Paulo Portas — Nuno Magalhães — Abel Baptista — João Rebelo — António Carlos Monteiro — Teresa Caeiro — Hélder Amaral — Telmo Correia.

(Documento facultado pelo Prof. Dr. Nuno Sá Leal, disponível em:

<https://drive.google.com/drive/folders/1ykJ1ld1cD7kdKYkdY4HPv2a6wK3GmlwL?usp=sharing>)

Anexo E | Estrutura do Questionário

22/07/2020

Direitos e Responsabilidades no Design Português

Direitos e Responsabilidades no Design Português

Questionário no âmbito da Tese do Mestrado de Design Management no IADE - UE da aluna Maria Margarida Silva. Em caso de dúvida sobre o estudo, contato de email:

"maria.marga.silva@gmail.com".

As suas informações serão anónimas e utilizadas para fins exclusivamente académicos.

* Required

1. Tem formação Académica ou é Profissional de Design em Portugal? *

Mark only one oval.

Sim (Estudante, Professor ou Profissional na área do Design em Portugal)

Skip to question 2

Não

Dados
Demográficos

Toda a informação partilhada será apenas utilizada para fins académicos.

2. Por favor, indique a sua faixa etária: *

Mark only one oval.

< 18 anos

18 - 24 anos

25 - 35 anos

36 - 45 anos

46 - 55 anos

56 - 64 anos

> 65 anos

https://docs.google.com/forms/d/1Bdy6KYhro8r_hJRsfGpVfQo5M13rsqP4neNZCLBsmKY/edit

1/13

3. Indique o seu género: *

Mark only one oval.

- Feminino
 Masculino
 Prefiro não dizer

4. Seleccione o seu distrito de residência: *

Mark only one oval.

- Lisboa
 Porto
 Setúbal
 Leiria
 Aveiro
 Braga
 Other: _____

5. Indique qual é a sua atividade actual: *

Mark only one oval.

- Sou Estudante na área (Licenciatura, Mestrado, Doutoramento, etc.)
Skip to question 6
- Sou Professor(a) na área *Skip to question 12*
- Sou Profissional na área *Skip to question 17*

Estudante na Área de
Design |
Responsabilidades

Responsabilidades do Designer engloba assuntos como a
Responsabilidade Social, Ética, Profissional e Artística.

6. Qual é o seu ano de estudo? *

Mark only one oval.

- Curso Profissional
- 1º Ano de Licenciatura
- 2º Ano de Licenciatura
- 3º Ano de Licenciatura
- Pós-Graduação
- 1º Ano de Mestrado
- 2º Ano de Mestrado
- Doutoramento

7. Qual é a sua área de estudo? *

Mark only one oval.

- Design (Geral)
- Design de Produto
- Design de Moda
- Design de Comunicação
- Design Gráfico
- Design Editorial
- Design de Interiores
- Design Management
- Design de Interação (UX/UI)
- Design & Publicidade
- Design & Multimédia
- Game Design
- Outro

8. Durante a sua formação académica, frequentou alguma cadeira que leccionasse o tema acerca da responsabilidade, conduta e/ou deveres do designer? *

Mark only one oval.

- Sim
 Não

9. Qual é o seu nível de conhecimento acerca da Responsabilidade (Social, Ética, Profissional e Artística) do Designer? *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Nenhum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Bastante

10. Considera que o Design tem impacto social, cultural e ambiental? *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Pouco Impacto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muito Impacto

11. Considera que o impacto do Design é utilizado: *

Mark only one oval.

- Utilizado sempre de forma positiva
 Utilizado de forma maioritariamente positiva
 Considero que o impacto é neutro (nem positivo, nem negativo)
 Utilizado de forma maioritariamente negativa
 Utilizado sempre de forma negativa

Skip to question 21

Professor(a) na Área de Design | Responsabilidades

Responsabilidades do Designer engloba assuntos como a Responsabilidade Social, Ética, Profissional e Artística.

12. Qual é a sua área de estudo? *

Mark only one oval.

- Design (Geral)
- Design de Produto
- Design de Moda
- Design de Comunicação
- Design Gráfico
- Design Editorial
- Design de Interiores
- Design Management
- Design de Interação (UX/UI)
- Design & Publicidade
- Design & Multimédia
- Game Design
- Outro

13. Qual é o nome da(s) cadeira(s) que lecciona? *

14. Qual é o seu nível de conhecimento acerca da Responsabilidade (Social, Ética, Profissional e Artística) do Designer? *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Nenhum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Bastante

15. Acha que a cadeira "Responsabilidade e Deveres do Designer" deveria ser leccionada em cursos de Design? *

Mark only one oval.

- Sim
 Não

16. Sente que os alunos têm preparação para o mundo do trabalho e o impacto que o seu trabalho pode ter na sociedade e no planeta? *

Mark only one oval.

- Sim, têm preparação
 Mais ou menos, têm alguma noção
 Não, não estão preparados
 Other: _____

Skip to question 27

Profissional na Área de
Design |
Responsabilidades

Responsabilidades do Designer engloba assuntos como a Responsabilidade Social, Ética, Profissional e Artística.

17. Qual é a sua área de trabalho? *

Mark only one oval.

- Design (Geral)
- Design de Produto
- Design de Moda
- Design de Comunicação
- Design & Multimédia
- Design Gráfico
- Design Editorial
- Design Management
- Design de Interação (UX/UI)
- Design & Publicidade
- Design de Interiores
- Game Design
- Outro

18. Qual é o seu nível de conhecimento acerca da Responsabilidade (Social, Ética, Profissional e Artística) do Designer? *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Nenhum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Bastante

19. Considera que o Design tem impacto social, cultural e ambiental? *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Pouco Impacto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muito Impacto

20. Considera que o impacto do Design é utilizado: *

Mark only one oval.

- Utilizado sempre de forma positiva
- Utilizado de forma maioritariamente positiva
- Considero que o impacto é neutro (nem positivo, nem negativo)
- Utilizado de forma maioritariamente negativa
- Utilizado sempre de forma negativa

Skip to question 30

Estudante
na Área de
Design |
Direitos

Direitos do Designer engloba assuntos como Legislação (como a Propriedade Industrial, Direitos de Autor, etc.), Conduta Profissional, Contratos e quaisquer outros assuntos sobre a Proteção do Criativo.

21. Alguma vez ouviu falar sobre o tema de Direitos do Designer? *

Mark only one oval.

- Sim
- Não

22. Qual é o seu nível de conhecimento acerca dos Direitos do Designer? *

Mark only one oval.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

23. Durante a sua formação académica, frequentou alguma cadeira que leccionasse o tema acerca de legislação e direitos do designer? *

Mark only one oval.

- Sim
 Não

Considere as seguintes Situações Hipotéticas:

- A) Alguém plagiou/utilizou o seu trabalho sem a sua autorização
B) Proposta de um projeto que vai contra o seu código moral (iludir, discriminar, greenwashing, ...)
C) Proposta de um empregador/cliente que pede para "adaptar" ou "inspirar-se" (copiar) num trabalho de outro artista
D) Um empregador/cliente refere que a sua remuneração não será monetária, mas sim "exposição"

24. Já passou por alguma das Situações acima referidas? *

Check all that apply.

- Situação A
 Situação B
 Situação C
 Situação D
 Nenhuma das Situações

25. Saberá lidar com a parte legal de qual Situação? *

Check all that apply.

- Situação A
 Situação B
 Situação C
 Situação D
 Nenhuma das Situações

26. Por último, acha importante este tema ser leccionado nas instituições de ensino artístico? *

Mark only one oval.

- Sim
 Não

Skip to question 35

**Professor(a)
na Área de
Design |
Direitos**

Direitos do Designer engloba assuntos como Legislação (como a Propriedade Industrial, Direitos de Autor, etc.), Conduta Profissional, Contratos e quaisquer outros assuntos sobre a Proteção do Criativo.

27. Qual é o seu nível de conhecimento acerca dos Direitos do Designer? *

Mark only one oval.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

28. Durante a sua atividade profissional enquanto professor, leccionou alguma cadeira sobre o tema da legislação e direitos do designer? *

Mark only one oval.

- Sim leccionei
 Não, não leccionei

29. Na sua opinião, acha que uma cadeira "Legislação e Direitos do Designer" deveria ser leccionada em cursos de Design? *

Mark only one oval.

- Sim, considero importante
 Não

Skip to question 35

Profissional
na Área de
Design |
Direitos

Direitos do Designer engloba assuntos como Legislação (como a Propriedade Industrial, Direitos de Autor, etc.), Conduta Profissional, Contratos e quaisquer outros assuntos sobre a Proteção do Criativo.

30. Alguma vez ouviu falar sobre o tema de Direitos do Designer? *

Mark only one oval.

Sim

Não

31. Qual é o seu nível de conhecimento acerca dos Direitos do Designer? *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

32. Durante a sua formação académica, frequentou alguma cadeira que leccionasse o tema acerca de legislação e direitos do designer? *

Mark only one oval.

Sim

Não

Considere as seguintes Situações Hipotéticas:

- A) Alguém plagiou/utilizou o seu trabalho sem a sua autorização
- B) Proposta de um projeto que vai contra o seu código moral (iludir, discriminar, greenwashing, ...)
- C) Proposta de um empregador/cliente que pede para "adaptar" ou "inspirar-se" (copiar) num trabalho de outro artista
- D) Um empregador/cliente refere que a sua remuneração não será monetária, mas sim "exposição"

33. Já passou por alguma das Situações acima referidas? *

Check all that apply.

- Situação A
- Situação B
- Situação C
- Situação D
- Nenhuma das Situações

34. Soube lidar com a parte legal de qual Situação? *

Check all that apply.

- Situação A
- Situação B
- Situação C
- Situação D
- Nenhuma das Situações

Skip to question 35

Conclusão do
Inquérito

Portanto, com os elementos anteriores em mente, pedia a sua opinião nos seguinte elementos.

Em caso de dúvida sobre o estudo, contato de email:
["maria.marga.silva@gmail.com"](mailto:maria.marga.silva@gmail.com).

35. Pertence e/ou é sócio de alguma Associação de Design? (ex. Associação Portuguesa de Designers ou Associação Nacional de Designers) *

Mark only one oval.

- Sim
- Não

36. Considera benéfico a conceção de um Manual de Conduta Profissional para Criativos na área de Design? *

Mark only one oval.

- Sim
 Não

37. Considera que com o crescimento exponencial de profissionais e estudantes de design (e outras áreas criativas), seria benéfico formar uma Ordem de Criativos, para proteção, guia e regulação de toda a comunidade criativa? *

Mark only one oval.

- Sim
 Não

38. Caso tenha disponibilidade para uma entrevista ou workshop no âmbito do tema "Direitos e Responsabilidades no Design Português", indique o seu email:

39. Por último, caso tenha algo mais a acrescentar acerca do Questionário em questão, utilize este campo:

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Entrevista Direitos e Responsabilidades no Design Português

Seguem as perguntas para a entrevista de Designers (estudantes, profissionais e professores) para conseguir compreender melhor as suas experiências enquanto criativos em Portugal no âmbito da Responsabilidade e Direitos. A entrevista em questão irá aprofundar as questões realizadas no Questionário anteriormente preenchido.

Entrevista no âmbito da Tese do Mestrado de Design Management no IADE - UE da aluna Maria Margarida Silva. Em caso de dúvida sobre o estudo, contato de email: "maria.marga.silva@gmail.com".

As suas informações serão utilizadas apenas para fins exclusivamente académicos.

* Required

1. Primeiro, respondeu ao Questionário "Direitos e Responsabilidades no Design Português": <https://forms.gle/7LvdWQeBn52Er4Nf9> ? *

Mark only one oval.

- Sim, respondi
- Não, não respondi

Dados
Demográficos

Toda a informação partilhada será apenas utilizada para fins académicos.

2. Indique o seu nome: *

3. Indique a sua idade: *

4. Indique o seu género: *

Mark only one oval.

- Feminino
 Masculino
 Other: _____

5. Indique o seu Local de Residência em Portugal: *

6. Qual é a sua área de estudo/trabalho? *

Mark only one oval.

- Design (Geral)
 Design de Produto
 Design de Moda
 Design de Comunicação
 Design Gráfico
 Design Editorial
 Design de Interiores
 Design Management
 Design de Interação (UX/UI)
 Design & Publicidade
 Design & Multimédia
 Game Design
 Outro

7. Qual é o seu grau de estudos? *

Mark only one oval.

- Curso Profissional
- 1º Ano de Licenciatura
- 2º Ano de Licenciatura
- 3º Ano de Licenciatura
- Pós-Graduação
- 1º Ano de Mestrado
- 2º Ano de Mestrado
- Doutoramento

8. Indique os seus anos de experiência na área do Design: *

9. Indique qual é a sua atividade actual: *

Mark only one oval.

- Sou Estudante na área (Licenciatura, Mestrado, Doutoramento, etc.)
Skip to question 10
- Sou Professor(a) na área *Skip to question 20*
- Sou Profissional na área *Skip to question 15*

Nas próximas páginas, encontrará perguntas de resposta livre. Não há respostas certas ou erradas, responda com as suas experiências, percepção ou conhecimento que tem em relação a cada pergunta. Pode ser breve ou extenso nas suas respostas, dependendo do que considera ser útil para esta investigação.

Ainda assim, caso não queira responder a determinada pergunta, basta colocar "Não respondo" na resposta.

Estudante de Design |
Responsabilidade

Nesta secção irá responder a perguntas acerca da
Responsabilidade do designer.

10. Primeiro, onde estuda actualmente? *

Mark only one oval.

- IADE-UE
- Faculdade de Arquitetura
- Faculdade de Belas-Artes
- [ESAD.CR](#)
- Other: _____

A Responsabilidade do Designer consiste em...

responsabilidade social, profissional, artística, ética e ambiental.

Maior parte das decisões tem implicações éticas ou morais (Papanek, 2005) e é o papel do designer ter em conta a responsabilidade perante o trabalho que produz e os efeitos (intencionais ou não intencionais) que este poderá ter.

11. Este tema já foi leccionado durante o seu ensino? *

Comente a sua experiência:

12. Pratica o design responsável? *

Se sim, de que forma? Caso não, explique a razão:

Já presenciou ou tem conhecimento de uma situação que seja positiva e outra negativa onde o designer teve, ou não, em consideração a sua responsabilidade perante um projeto?

Por favor, se puder, descreva-a as duas situações:

13. Situação Positiva *

14. Situação Negativa *

Skip to question 25

Profissional de Design |
Responsabilidade

Nesta secção irá responder a perguntas acerca da Responsabilidade do designer.

15. Primeiro, onde trabalha actualmente? *

A Responsabilidade do Designer consiste em...

responsabilidade social, profissional, artística, ética e ambiental.

Maior parte das decisões tem implicações éticas ou morais (Papanek, 2005) e é o papel do designer ter em conta a responsabilidade perante o trabalho que produz e os efeitos (intencionais ou não intencionais) que este poderá ter.

16. Trabalha ou trabalhou em empresas que compreendem a importância da Responsabilidade (Social, Ambiental, Ética, Profissional e Artística) do Design? *

Por favor, fale da sua experiência:

17. Pratica o design responsável? *

Se sim, de que forma? Caso não, explique a razão:

Já presenciou ou tem conhecimento de uma situação que seja positiva e outra negativa onde o designer teve, ou não, em consideração a sua responsabilidade perante um projeto?

Por favor, se puder, descreva-a as duas situações:

18. Situação Positiva *

19. Situação Negativa *

Skip to question 28

Professor de Design |
Responsabilidade

Nesta secção irá responder a perguntas acerca da Responsabilidade do designer.

20. Primeiro, onde lecciona actualmente e que cadeiras lecciona? *

A Responsabilidade do Designer consiste em...

responsabilidade social, profissional, artística, ética e ambiental.

Maior parte das decisões tem implicações éticas ou morais (Papanek, 2005) e é o papel do designer ter em conta a responsabilidade perante o trabalho que produz e os efeitos (intencionais ou não intencionais) que este poderá ter.

21. Lecciona cadeiras que mencionem a Responsabilidade do Designer? *

Se sim, explique como trabalha o tema com os alunos:

22. Acredita que os alunos designers têm capacidade de compreender a importância da profissão e as consequências das suas decisões? *

Já presenciou ou tem conhecimento de uma situação que seja positiva e outra negativa onde o designer teve, ou não, em consideração a sua responsabilidade perante um projeto?

Por favor, se puder, descreva-a as duas situações:

23. Situação Positiva *

24. Situação Negativa *

Skip to question 31

Estudante de Design |
Direitos

Nesta secção irá responder a perguntas acerca dos Direitos do designer.

Os Direitos do Designer consiste em...

toda a parte legal que protege o profissional e o seu trabalho.

Em maior parte dos países, existe uma legislação para proteger os designs e prevenir que as criações sejam replicadas ou exploradas sem autorização do autor (Best, 2006). A legislação em Portugal para proteção do trabalho (propriedade intelectual) engloba dois grupos, os Direitos de Autor e Direitos Conexos e a Propriedade Industrial.

Por fim, existem os direitos do trabalhador de acordo com o Código do Trabalho e a Constituição da República Portuguesa referente a assuntos como salário, duração, férias, acidentes, entre outros.

25. Considera um tema importante para o exercício da profissão? *

Como e porquê?

26. Frequentou alguma cadeira, workshop ou atividade que leccionasse o tema? *

Se sim, comente a sua experiência. Caso não, explique a razão pela qual nunca frequentou:

No questionário anterior foram feitas referências a algumas situações recorrentes na área do Design como:

- a) Plágio/utilização do seu trabalho sem a sua autorização
- b) Proposta de um projeto que vai contra o seu código moral (iludir, discriminar, greenwashing, ...)
- c) Proposta de um empregador/cliente que pede para "adaptar" ou "inspirar-se" (copiar) num trabalho de outro artista
- d) Um empregador/cliente refere que a sua remuneração não será monetária, mas sim "exposição"
- e) Atrasos recorrentes dos pagamentos a trabalhadores independentes (ex. freelancers)

27. Tendo em conta a variedade de situações profissionais dos designers (freelancer, contrato,...) sente-se preparado para lidar com a parte legal da proteção do seu trabalho (propriedade intelectual) e a sua proteção enquanto profissional (direitos do trabalhador)? *

Skip to question 34

Profissional de Design |
Direitos

Nesta secção irá responder a perguntas acerca dos Direitos do designer.

Os Direitos do Designer consiste em...

toda a parte legal que protege o profissional e o seu trabalho.

Em maior parte dos países, existe uma legislação para proteger os designs e prevenir que as criações sejam replicadas ou exploradas sem autorização do autor (Best, 2006). A legislação em Portugal para proteção do trabalho (propriedade intelectual) engloba dois grupos, os Direitos de Autor e Direitos Conexos e a Propriedade Industrial.

Por fim, existem os direitos do trabalhador de acordo com o Código do Trabalho e a Constituição da República Portuguesa referente a assuntos como salário, duração, férias, acidentes, entre outros.

28. Considera um tema importante para o exercício da profissão? *

Como e porquê?

29. Consegue descrever alguma situação real em que acredita que houve uma violação dos seus direitos enquanto profissional do Design? *

Descreva-a da forma que puder:

No questionário anterior foram feitas referências a algumas situações recorrentes na área do Design como:

- a) Plágio/utilização do seu trabalho sem a sua autorização
- b) Proposta de um projeto que vai contra o seu código moral (iludir, discriminar, greenwashing, ...)
- c) Proposta de um empregador/cliente que pede para "adaptar" ou "inspirar-se" (copiar) num trabalho de outro artista
- d) Um empregador/cliente refere que a sua remuneração não será monetária, mas sim "exposição"
- e) Atrasos recorrentes dos pagamentos a trabalhadores independentes (ex. freelancers)

30. Tendo em conta a variedade de situações profissionais dos designers (freelancer, contrato,...) sente-se preparado para lidar com a parte legal da proteção do seu trabalho (propriedade intelectual) e a sua proteção enquanto profissional (direitos do trabalhador)? *

Skip to question 34

Professor de Design |
Direitos

Nesta secção irá responder a perguntas acerca dos Direitos do designer.

Os Direitos do Designer consiste em...

toda a parte legal que protege o profissional e o seu trabalho.

Em maior parte dos países, existe uma legislação para proteger os designs e prevenir que as criações sejam replicadas ou exploradas sem autorização do autor (Best, 2006). A legislação em Portugal para proteção do trabalho (propriedade intelectual) engloba dois grupos, os Direitos de Autor e Direitos Conexos e a Propriedade Industrial.

Por fim, existem os direitos do trabalhador de acordo com o Código do Trabalho e a Constituição da República Portuguesa referente a assuntos como salário, duração, férias, acidentes, entre outros.

31. Considera um tema importante para o exercício da profissão? *

Como e porquê?

32. Tendo em conta a variedade de situações profissionais dos designers (freelancer, contrato,...) considera que o ensino superior em Portugal deveria ter uma maior preocupação para preparar os estudantes? *

No questionário anterior foram feitas referências a algumas situações recorrentes na área do Design como:

- a) Plágio/utilização do seu trabalho sem a sua autorização
- b) Proposta de um projeto que vai contra o seu código moral (iludir, discriminar, greenwashing, ...)
- c) Proposta de um empregador/cliente que pede para "adaptar" ou "inspirar-se" (copiar) num trabalho de outro artista
- d) Um empregador/cliente refere que a sua remuneração não será monetária, mas sim "exposição"
- e) Atrasos recorrentes dos pagamentos a trabalhadores independentes (ex. freelancers)

33. Durante o seu tempo como professor, já assistiu a alguma situação com alunos que envolvesse o tema de direitos? (Plágio, Liberdade de Expressão, ...) *

Se sim, comente brevemente:

Skip to question 34

Conclusão

Portanto, com os elementos anteriores em mente, pedia a sua opinião nos seguinte elementos.

Em caso de dúvida sobre o estudo, contato de email: "maria.marga.silva@gmail.com".

34. Considera que estes dois tema deveriam ter mais ou menos presença no ensino e prática da área do Design? Seja por aulas, atividades ou outro? *

35. Qual é a sua opinião acerca da conceção de um Manual de Conduta Profissional de Design ou uma Ordem para Criativos, com o intuito de proteção, guia e regulação de toda a comunidade criativa? *

36. Por último, quer acrescentar algo a esta entrevista?
(Pergunta facultativa, caso não tenha nada a acrescentar não necessita de escrever)

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Survey Direitos e Responsabilidades no Design Português

Seguem as conclusões retiradas após pesquisa, entrevistas e questionários a Designers (estudantes, profissionais e professores) para conseguir compreender melhor quais são os passos a seguir enquanto criativos em Portugal no âmbito da Responsabilidade e Direitos. O Survey irá validar, auxiliar a concluir e compreender os dados recolhidos.

Entrevista no âmbito da Tese do Mestrado de Design Management no IADE - UE da aluna Maria Margarida Silva. Em caso de dúvida sobre o estudo, contato de email:

["maria.marga.silva@gmail.com"](mailto:maria.marga.silva@gmail.com).

As suas informações serão utilizadas apenas para fins exclusivamente académicos.

* Required

1. Primeiro, respondeu ao Questionário e/ou Entrevista "Direitos e Responsabilidades no Design Português"? *

Mark only one oval.

- Sim, respondi
 Não, não respondi

Conclusões
da
Investigação

Nesta página encontrará 5 questões. Não há respostas certas ou erradas, responda com a sua percepção ou conhecimento que tem em relação a cada pergunta tendo em conta a sua experiência ou informação fornecida.

Após a leitura de cada gráfico e informação fornecida, selecione de 0 a 5 (Escala Likert) o nível que considera adequado para cada pergunta.



Questão 1 | Legislação Portuguesa

2. Q1 | Apesar dos Designers estarem ao abrigo da proteção de Direitos de Autor e Propriedade Intelectual, o Design não está claramente referido em qualquer documento da legislação portuguesa. Considera que devia haver uma actualização da legislação para incluir o Design? *

Mark only one oval.

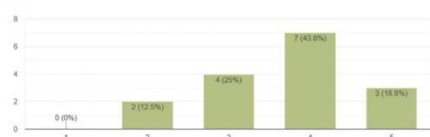
1 2 3 4 5

Discordo totalmente Concordo totalmente

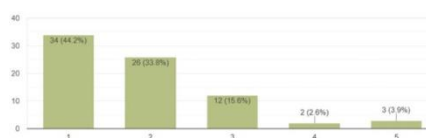
Questão 2 | Ensino Académico

- Q2 | Imagem A: Comparação dos gráficos do nível de conhecimento dos Direitos do Designer do Gráfico Professores (ESQ) com Gráfico Estudantes (DIR) do Questionário

Qual é o seu nível de conhecimento acerca dos Direitos do Designer?
16 responses



Qual é o seu nível de conhecimento acerca dos Direitos do Designer?
77 responses



3. Q2 | Tendo em conta o gráfico A, existe um baixo nível de conhecimento por parte dos estudantes acerca dos Direitos do Designer e um médio-alto nível por parte dos professores. Considera que deverá haver um reforço do ensino da matéria nos cursos de ensino superior (modificação do plano de estudos, workshops, ...)? *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

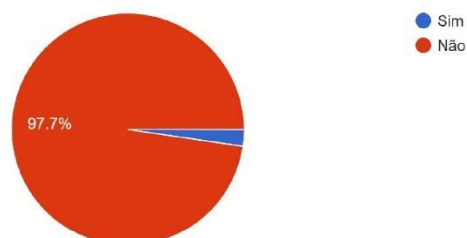
Discordo totalmente Concordo totalmente

Questão 3 | Representação do Design

Q3 | Imagem B: Gráfico Sócios de Associações de Design (Estudantes, Professores e Profissionais)

Pertence e/ou é sócio de alguma Associação de Design? (ex. Associação Portuguesa de Designers ou Associação Nacional de Designers)

129 responses



4. Q3 | Existem diversas associações de designers em Portugal, mas nenhuma é reconhecida como a única representação dos designers portugueses dentro e fora do país. Considera que seria importante investir na divulgação de informação/recursos e reforço de relações/parcerias com as restantes associações e universidades para criar uma única comunidade de designers em Portugal mais unida? *

Mark only one oval.

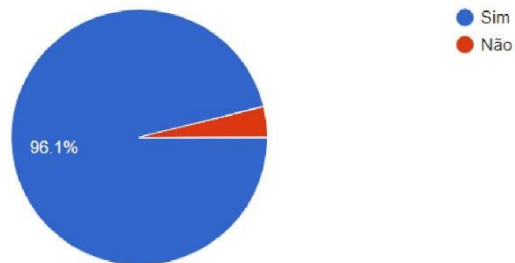
	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

Questão 4 | Manual ou Código de Conduta

Q4 | Imagem C: Gráfico Manual de Conduta Profissional de Design

Considera benéfico a conceção de um Manual de Conduta Profissional para Criativos na área de Design?

129 responses



5. Q4 | Ao contrário de outras profissões, os designers não tendo uma ordem, não necessitam obrigatoriamente de seguir um código deontológico. Ainda assim, considera que a criação de um "Manual/Código de Conduta dos Designers" teria impacto na forma como os designers trabalham? *

Mark only one oval.

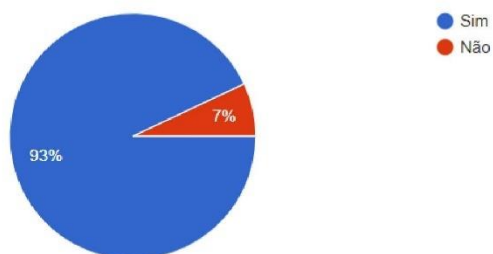
	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

Questão 5 | Ordem

Q5 | Imagem D: Gráfico Ordem de Criativos

Considera que com o crescimento exponencial de profissionais e estudantes de design (e outras áreas criativas), seria benéfico formar uma Ordem de Criativos, para proteção, guia e regulação de toda a comunidade criativa?

129 responses



6. Q5 | Mesmo com um regulamento elaborado, houve tentativas para a criação de uma Ordem perante a Assembleia (PROJECTO DE RESOLUÇÃO N.º 559/X de 24 DE JULHO DE 2009), mas sem sucesso. Considera que a criação de uma Ordem de Designers seria benéfico para a proteção e regulação da comunidade? *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

Conclusão

7. Por último, caso tenha algo mais a acrescentar acerca do Questionário em questão, utilize este campo:
